

JAARVERSLAG

2015



Beheersovereenkomst 2012-2016

HOOFDSTUK 18 RAPPORTERING, §1:

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

AANGEPASTE VERPLICHTINGEN EN GEVOLGEN

De aanpassing van de overheidsfinanciering van de VRT voor het jaar 2015 heeft tot gevolg dat een aantal opdrachten van de openbare omroep in 2015 teruggeschroefd of afgeschaft werden. Na overleg tussen de minister van Media en de VRT kwamen beide partijen overeen om bepaalde verplichtingen die opgenomen waren in de Beheersovereenkomst 2012-2016 tussen de Vlaamse Gemeenschap en de VRT aan te passen of bij te sturen voor het jaar 2015.

Het gaat daarbij onder meer over:

- > OP12 als bijzonder aanbodmerk houdt op te bestaan en dit vanaf 1 januari 2015.
- > Cobra als bijzonder thematisch merk wordt geschrapt. Canvas is het merk waaronder het kunst- en cultuuraanbod online brengt.
- > De structurele dagprogrammatie van Canvas kan geschrapt worden.
- > Eén zal 's middags meer herhalingen kunnen programmeren.
- > Op Klara kan het aantal live-concertopnames uit binnen- of buitenland dalen van 1 per dag naar 3 à 4 per week.
- > Een vast sportslot op zondagmiddag is niet meer op weekbasis vastgelegd, maar hangt af van de actualiteit en beschikbare rechten.

Deze aanpassingen hebben gevolgen voor de invulling van verschillende strategische en operationele doelstellingen uit de beheersovereenkomst. Volgende bepalingen zijn niet meer van toepassing of worden op een andere manier ingevuld.

- > **OD1.2** – Een evolutief jongerenaanbod op een apart kanaal wordt stopgezet.
- > **OD1.2** – Cobra wordt als bijzonder thematisch online aanbod stopgezet.
- > **OD3.1** – Een specifiek aanbod voor jongeren op VRT-Televisie dat uitgezonden wordt op een afzonderlijk kanaal (van Ketnet), wordt stopgezet vanaf 1 januari 2015.

- > **OD3.2** – Het overleg van de VRT met jongeren en jongerenorganisaties heeft niet meer een specifiek aanbod voor jongeren op televisie op het oog.
- > **OD7.3** – Omdat de opdracht van Cobra.be wordt stopgezet (en overgenomen door Canvas.be), stelt Cobra nieuw online cultuuraanbod, vanaf 23 augustus, niet meer beschikbaar voor niet-commerciële derden, maar gebeurt dat door Canvas.be.
- > **SD11** – De VRT blijft beschikken over drie volwaardige televisiekanaalen. Op het derde kanaal wordt de doelgroep jongeren, vanaf 1 januari 2015, niet meer bediend met een specifiek aanbod.
- > **OD11.3.2** – Een specifiek aanbod voor jongeren op VRT-Televisie dat uitgezonden wordt op een afzonderlijk kanaal (van Ketnet), wordt stopgezet vanaf 1 januari 2015.
- > **OD11.3.3** – Het aanbod voor expats (*Fans of Flanders*) wordt vanaf 1 januari 2015 niet langer uitgezonden op het derde kanaal na 20 uur, maar op Canvas.
- > **SD14** – Het thematisch online aanbod rond cultuur via Cobra.be wordt stopgezet en overgenomen door Canvas.be.
- > **OD14.3** – Het thematisch online aanbod rond cultuur via Cobra.be wordt stopgezet en overgenomen door Canvas.be.
- > **OD18.2** – De opdracht voor Cobra om 12 keer per jaar een culturele actor uit het buitenland onder de aandacht te brengen, wordt na het stopzetten van Cobra overgenomen door Canvas.
- > **OD18.3** – De opdracht om bij de 10 crossmediale projecten voldoende aandacht te hebben voor het aanbod op Cobra, wordt na het stopzetten van Cobra gewijzigd door aandacht te schenken voor het cultuuraanbod op Canvas.be.
- > **OD19.3** – De opdracht van Cobra om 5 tijdelijke interactieve cultuurprojecten te brengen, wordt na het stopzetten van Cobra overgenomen door Canvas.
- > **OD19.4** – In plaats van 1 uitzending per dag op Klara van een live-concertopname uit binnen- of buitenland, programmeert Klara in 2015 3 à 4 concertopnames per week.
- > **OD20.1** – De VRT zal niet elke week meer een vast sportslot hebben op zondagmiddag. Die uitzending zal afhangen van de actualiteit en de beschikbare rechten.

Het VRT-Jaarverslag 2015 rapporteert over de behaalde resultaten op de strategische en operationele doelstellingen uit de Beheersovereenkomst 2012-2016 en de hierboven beschreven aanpassingen aan de overeenkomst.



MISSIE

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

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

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

(BRON: BEHEERSOVEREENKOMST 2016-2020)



DAGELIJKS BEREIK

2.964.195
LUISTERAARS

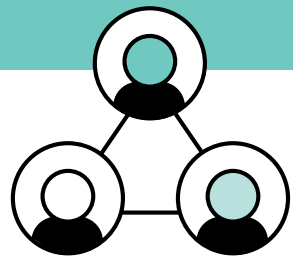
2.793.435
KIJKERS



818.986
SURFERS



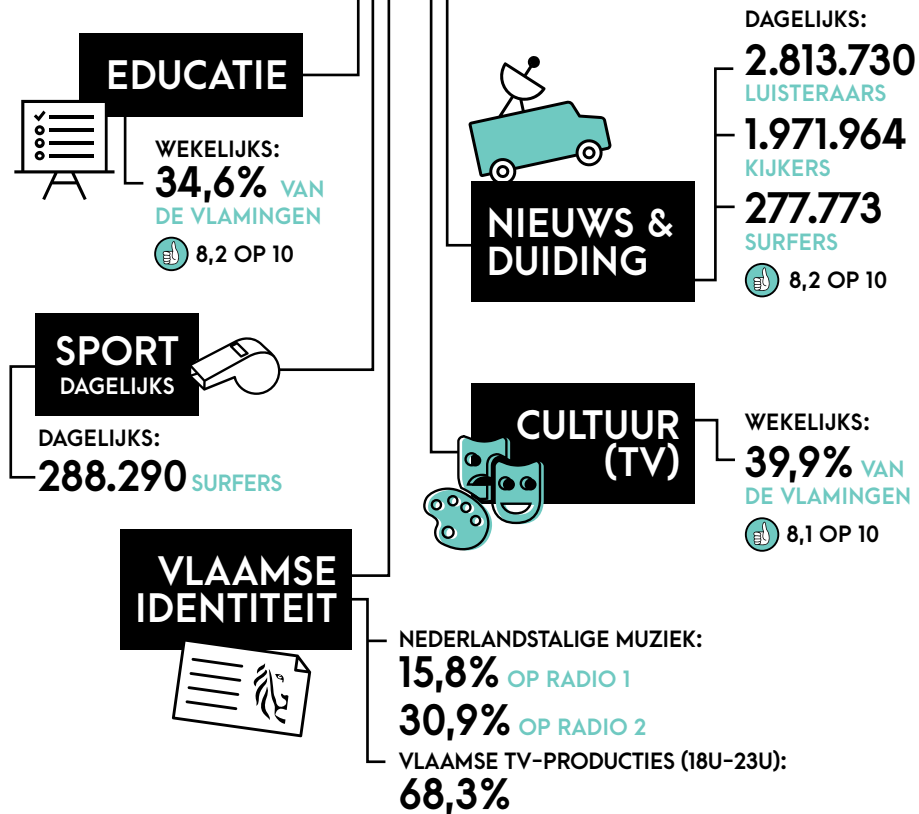
VIA SMARTPHONE
33,3%
VIA TABLET
17,0%



SAMENWERKING

- ONDERWIJS
- CULTURELE ORGANISATIES
- MIDDENVELD
- NGO'S
- SPORTFEDERATIES
- MEDIABEDRIJVEN
- PRODUCTIEHUIZEN (33,9% VAN TV-PRODUCTIEBUDGET)

OPDRACHT



INNOVATIEF

- VRT START-UP
TESTEN FORMATS MET NIEUWE MEDIA
- OPEN VRT
NETWERK VAN CREATIEVELINGEN
- VRT SANDBOX
TESTRUIMTE VOOR START-UPS EN KMO'S

2.162,6
VTE

CREATIEVE MEDEWERKERS

2,9% NIEUWE VLAMINGEN
1,2% PERSONEN MET EEN BEPERKING
39,0% VROUWEN

DOELGROEPEN

NIEUWE VLAMINGEN
SCHERMAANWEZIGHEID: 8,6%

PERSONEN MET EEN BEPERKING
SCHERMAANWEZIGHEID: 0,9%

VROUWEN
SCHERMAANWEZIGHEID: 38,0%

KINDEREN

ketnet
WEKELIJKS: 54,2%
DAGELIJKS: 45.657 SURFERS

JONGEREN

WEKELIJKS: ALLE 12-24-JARIGEN
RADIO: 67,5%
TELEVISIE: 62,1%

BUITENLANDERS IN VLAANDEREN

- FANS OF FLANDERS
- FLANDERSNEWS.BE, FLANDREINFO.BE, FLANDERNINFO.BE

VLAMINGEN IN HET BUITENLAND

- RADIO
- TELEVISIE
- WEBSITES
- INTERNET
- SATELLIET
- bvn

SLECHT-HORENDEN

- TELETEKSTONDERTITELING
- VLAAMSE GEBARENTAAL

SLECHTZIENDEN

- GESPROKEN ONDERTITELING
- AUDIODESCRIPTIE

VRT 2015



KWALITEIT

WAARDERING (SCORE OP 10)

- RADIO 1: 7,8
- MNM EN STUDIO BRUSSEL: 7,9
- KLARA: 8,0
- CANVAS: 8,1
- EÉN: 8,2
- RADIO 2: 8,3

MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

- IEDEREEN TEGEN KANKER
- DE WARMSTE WEEK VAN MUSIC FOR LIFE
- WETENSCHAP REDT DE WERELD
- HEERLIJK HELDER
- DE INSPECTEUR
- DE STRAFSTE SCHOOL
- IEDEREEN KLASSIEK
- VOOR HETZELFDE GELD

AANDACHT VOOR MEDIAGEBRUIKERS

17.444 KLANTENCONTACTEN

EFFICIËNT EN KOSTENBEWUST

OVERHEIDSDOTATIE:

15 MILJOEN EURO
BESPARINGEN

43 EURO
PER VLAMING PER JAAR

Organigram



Raad van Bestuur

Voorzitter: Luc Van den Brande
 Ondervoorzitter: Ellen Van Orshaegen
 Leden: Marc De Clercq, Eric Defoort, Sihame El Kaouakibi, Christian Leysen, Véronique Matthys, Nico Moyaert, Freya Piryns, Chris Reniers, Jan Roegiers, Chris Verhaegen
 Gemeenschapsafgevaardigde: Rudi De Kerpel
 Gedelegeerd bestuurder: Paul Lembrechts¹
 Secretaris: Hilde Cobbaut

Raad van Bestuur – Auditcomité

Voorzitter: Véronique Matthys
 Leden: Marc De Clercq, Chris Reniers en Luc Van den Brande
 Waarnemers: Rudi De Kerpel (gemeenschapsafgevaardigde), Paul Lembrechts (gedelegeerd bestuurder)² en Koen De Hauw (manager Interne Audit)



Raad van Bestuur – Strategisch Comité VAR en dochterondernemingen van VAR

Voorzitter: Christian Leysen
 Leden: Nico Moyaert, Freya Piryns en Jan Roegiers
 Waarnemer: Rudi De Kerpel (gemeenschapsafgevaardigde), Paul Lembrechts (gedelegeerd bestuurder)³, Marc De Clercq (bestuurslid die ook bestuurslid is bij VAR) en Luc Van den Brande (voorzitter Raad van Bestuur)

Raad van Bestuur – Remuneratie- en benoemingscomité⁴

Voorzitter: Luc Van den Brande
 Leden: Christian Leysen en Nico Moyaert

VRT-Directiecollege

Gedelegeerd bestuurder: Paul Lembrechts⁵
 Peter Claes (Directie Media & Productie)
 Hans Cockx (Directie HR)
 Sophie Cooreman (Directie Financiën)
 Mick De Valck (Directie Technologie & Operaties)
 Luc Rademakers (Directie Informatie)
 Lut Vercruyssen (Directie Strategie)

Woordvoerder VRT: Stijn Ombelets

¹ Op 31 december 2015 was Leo Hellemans gedelegeerd bestuurder.
² Op 31 december 2015 bestond het Remuneratie- en benoemingscomité uit Luc Van den Brande (voorzitter), Eric Defoort en Christian Leysen.
³ Op 31 december 2015 was Leo Hellemans gedelegeerd bestuurder.
⁴ Op 31 december 2015 was Leo Hellemans gedelegeerd bestuurder.
⁵ Op 31 december 2015 was Leo Hellemans gedelegeerd bestuurder.

Inhoud

Missie VRT	3
Organigram	6
Inhoud	7
De openbare omroep geeft vorm aan de Vlaamse samenleving	8
Bouwen aan een nieuwe VRT	10

#1 DE MEERWAARDE VAN DE OPENBARE OMROEP

Kwaliteitsbeleid	14
Voor iedereen in Vlaanderen	17
Voor alle bevolkingsgroepen	20
Samenwerking	27

#2 HET AANBOD

Radio-aanbod	32
Televisie-aanbod	48
Thematisch online-aanbod	56
Teletekst/Digitekst	57
Mobiel aanbod	58
Nieuws / cultuur / sport / educatie	60
Kwaliteitsprestatie	70

#3 PRODUCTIESTRATEGIE

Intern VRT-productiehuis	87
Bijdrage aan de Vlaamse audiovisuele productiesector	89
Bijdrage aan de Vlaamse identiteit	90
Samenwerking met externe partners	91

#4 CREATIVITEIT EN EFFICIËNTIE

HR-Beleid	94
Aandacht voor het sociaal klimaat	96
Personeelsbestand	96
Efficiënte organisatie	100

#5 ONDERZOEK & INNOVATIE

102

#6 ARCHIEF

106

#7 DUURZAAM ONDERNEMEN

110

Deugdelijk bestuur

114

#8 FINANCIËLE PERFORMANTIE

Jaarrekening 2015	122
Toelichting bij de financiële resultaten	142
Analyse van de opbrengsten en de kosten	146
Nettokosten van de publieke opdracht	162
Interne controleverklaring	165
Vlaamse audiovisuele Regie (VAR)	166
Pebble Media	166
Pensioenfondsen VRT	167

#9 DOELSTELLINGEN UIT DE BEHEERS- OVEREENKOMST: PERFORMANTIE

168



De openbare omroep geeft vorm aan de Vlaamse samenleving

De Vlaamse overheid en de VRT sloten eind 2015 een nieuwe beheersovereenkomst. Het is een sterke overeenkomst geworden die het belang van de openbare omroep bevestigt. De Beheersovereenkomst 2016-2020 stelt expliciet dat de VRT een krachtige publieke omroep moet blijven voor iedereen die in de Vlaamse Gemeenschap leeft. Een omroep met een aangescherpt publiek profiel dat hem onderscheidend maakt, maar die niet terugplooit op enkele nichedomeinen. Hij krijgt bovendien de ruimte om de digitale uitdagingen aan te gaan. Ten slotte: de dotatie werd weliswaar aangepast, maar daartegenover staat een gewaarborgde financiering voor de komende vijf jaar.

De nieuwe beheersovereenkomst stelt de VRT dan ook in staat om een kwalitatief sterk en economisch leefbaar Vlaams medialandschap te stimuleren. Daardoor heeft de Vlaming in de toekomst de garantie dat hij voor zijn mediabehoefte kan rekenen op een pluralistisch en divers aanbod.

Informatie, cultuur en educatie zijn de prioritaire opdrachten voor de openbare omroep. De VRT-merken doen dat in dialoog met de mediagebruikers en brengen Europa en de wereld in de huiskamer. De openbare omroep handelt daarbij onafhankelijk van politieke inmenging, wat essentieel is voor een democratische, open en pluralistische samenleving. Ook ontspanning, waar zij zich onderscheidt op het gebied van kwaliteit en goede smaak, vormt een integraal onderdeel van de opdracht van de VRT. Dat geldt evenzeer voor sport, die een belangrijke verbindende rol heeft.

De openbare omroep slaagt erin om ook in moeilijke omstandigheden een toonaangevende en onderscheidende rol te blijven spelen. Daarvoor wordt de VRT ook erkend en gewaardeerd door het Vlaamse publiek. Op momenten van grote gebeurtenissen in de samenleving is de VRT nog steeds duidelijk *Het huis van vertrouwen*. Dat is te danken aan de inzet

van alle medewerkers, het management en de Raad van Bestuur. Ik wil speciaal Leo Hellemans danken omdat hij, aan het eind van een mooie carrière bij de omroep, de VRT naar een nieuw tijdperk heeft geleid. De nieuwe gedelegeerd bestuurder, Paul Lembrechts, stuurt nu het VRT-schip met volle overgave verder.

De nieuwe overeenkomst geeft aan dat de VRT een duidelijke meerwaarde op democratisch, cultureel, maatschappelijk en economisch vlak biedt voor de Vlaamse samenleving. Door de focus op de publieke meerwaarde als toetssteen voor zijn aanbod en maatschappelijke dienstverlening, onderscheidt de openbare omroep zich van de andere mediaspelers in Vlaanderen.

De VRT biedt de Vlaming de garantie dat hij steeds kan rekenen op onpartijdige, onafhankelijke en betrouwbare informatie en duiding. In een snel internationaliserende mediaomgeving met een overaanbod aan informatie is dat noodzakelijk om de eigenheid en democratische kenmerken van onze Vlaamse samenleving te behouden. Onpartijdigheid is een belangrijke onderscheidende factor voor een openbare omroep. De VRT liet hierover extern onderzoek uitvoeren. Hoewel soms fouten gemaakt worden, waren de conclusies positief: de openbare omroep is bewust bezig met onpartijdigheid en dat wordt ook door de mediagebruikers en de belangengroepen zo ervaren. Uit onderzoek blijkt bovendien dat de Vlaamse mediagebruiker voor zijn nieuwsbronnen het meest vertrouwen heeft in de VRT. Het is dan ook belangrijk dat de VRT hier voortdurend aan blijft werken. De VRT dient iedereen te erkennen en iedereen moet zich kunnen herkennen in de VRT.

De VRT ondersteunt de ontwikkeling van de culturele identiteit en diversiteit van Vlaanderen. De omroep heeft aandacht voor verschillende

cultuurvormen: de klassieke kunsten, Vlaamse fictie, muziek, erfgoed, enzovoort. Dat gebeurt in specifieke cultuurprogramma's, in breed toegankelijke programma's en in informatieprogramma's. Geregeld moedigt de omroep de Vlaming aan om te participeren aan het culturele aanbod in de Vlaamse Gemeenschap. De VRT sponsort ook tal van cultuurevenementen in Vlaanderen of werkt ermee samen.

De VRT biedt met verschillende programma's maatschappelijke meerwaarde. Die hebben aandacht voor een diversiteit aan thema's uit de samenleving. Sommige VRT-acties en -evenementen stellen zich die maatschappelijke impact zelfs tot doel, zoals *Iedereen tegen kanker* en *Music for Life*.

De VRT heeft dan ook een gemeenschapsvormende opdracht. De omroep verbindt de mensen en moedigt hen aan om actief deel te nemen aan de samenleving en aan het maatschappelijk debat. Hij slaagt daarin met initiatieven die heel wat te weeg brengen bij grote groepen kijkers en luisteraars. Denk bijvoorbeeld aan *#Bel10* en programma's als *Thuis* en *Radio Gaga*.

De VRT biedt ook economische meerwaarde. De publieke omroep versterkt immers de andere Vlaamse mediabedrijven. In een sterk ontwikkeld en lokaal verankerd medialandschap is hij een unieke hefboom om de digitale uitdagingen om te buigen tot opportuniteiten voor de hele sector. Maar de VRT is ook een hefboom om de commerciële omroepen ertoe aan te zetten meer kwaliteitsvolle Vlaamse producties aan te bieden. In het belang van het Vlaamse medialandschap wil de VRT natuurlijk samenwerken met andere Vlaamse mediaorganisaties (bijvoorbeeld op het vlak van fictie, sport en het delen van videobeelden). Telkens als dat leidt tot kwaliteitsvolle en economisch duurzame ontwikke-

ling van het hele Vlaamse media-ecosysteem, zullen de Vlaamse mediabedrijven in de openbare omroep een partner vinden.

De VRT wil ook via innovatie de Vlaamse media stimuleren. Zo brengt zij jonge creatieve talenten samen in Open VRT. VRT Sandbox biedt ruimte aan Vlaamse start-ups om gebruik te maken van de digitale systemen, nieuwe mediatoepassingen en data van de omroep.

De openbare omroep speelt een centrale rol in het leven van de mensen en in het versterken en vormgeven van de Vlaamse samenleving. De VRT vormt daarbij een echt bindmiddel door iedereen te bereiken met een breed en toegankelijk aanbod.

De VRT kan die opdracht maar blijven waarmaken als zij erin slaagt zich te transformeren tot een meer flexibele en wendbare organisatie. De VRT wil zich daarbij blijven richten op haar kerntaken, op het realiseren van publieke meerwaarde, ook op de digitale platformen, en op een toekomstgerichte bedrijfscultuur en talentontwikkeling. Die nieuwe organisatie wil zij realiseren in goede verstandhouding met de medewerkers.

De Vlaming kan rekenen op zijn openbare omroep. Dat was vroeger zo, dat blijft in de toekomst zo.



Luc Van den Brande
Voorzitter Raad van Bestuur



2015	JANUARI	FEBRUARI	MAART	APRIL	MEI	JUNI	JULI	AUGUSTUS	SEPTEMBER	OKTOBER	NOVEMBER	DECEMBER
	Radio 1-taalactie: Heerlijk Helder Nieuwe raad van bestuur VRT	MNM's Grootste Arbeidsbureau van de wereld De nieuwe lichting van Studio Brussel	Klarafestival Lancering Deredactie.be-app Iedereen tegen kanker	Solidariteitscampagne voor NEPAL De strafste school (MNM)	BEL10 Koningin Elisabethwedstrijd op radio, tv en online	Laatste dag met omroepsters Lancering VivaVlaanderen.be	Vlaanderen Feest 30.000 Last Post (met live audiodescriptie)	Canvas vernieuwt Radio 2-Zomerhit	Ketnet Jr.-app gelanceerd	Iedereen Klassiek Taal dag Het land van de nieuwsgierigheid	Na terreuraanslagen: Vragen & Antwoorden na Parijs Wetenschap redt de wereld (Canvas)	Music For Life 20 jaar Thuis Nieuwe beheersovereenkomst

Bouwen aan een nieuwe VRT

De VRT kan mooie resultaten voorleggen voor 2015. Toch was het een moeilijk jaar voor de openbare omroep. Hij moest immers een nieuwe besparing realiseren. Tegelijk werd een jaar vroeger dan voorzien een nieuwe beheersovereenkomst voorbereid. De gesprekken tussen de VRT en de Vlaamse overheid verliepen in een constructieve sfeer. Het overleg leidde uiteindelijk tot een sterke beheersovereenkomst die een evenwicht vond in het belang van de openbare omroep, de Vlaamse mediasector en de Vlaamse samenleving.

De VRT kreeg in haar nieuwe beheersovereenkomst zeven strategische doelstellingen opgelegd voor de periode 2016-2020. Voor sommige doelstellingen had de VRT eind 2015 al een hele geschiedenis opgebouwd, voor andere stond ze voor grote uitdagingen.

1. Voor iedereen relevant

De VRT bereikte in 2015 met haar radio-aanbod wekelijks 79,0% van de luisteraars en met haar televisieaanbod 87,2% van de kijkers. Online bereikte de omroep maandelijks 59,4% van de surfers.

De openbare omroep is er voor alle bevolkingsgroepen. Daarom wil de VRT de diversiteit van de samenleving weerspiegelen en bereiken. De omroep bood een specifiek aanbod voor kinderen (Ketnet), jongeren (MNM en Studio Brussel), Vlamingen in het buitenland (o.a. met BVN), buitenlanders in Vlaanderen (Fans of Flanders), slechthorenden (teletekstondertiteling en Vlaamse Gebarentaal voor Het Journaal) en slechtzienden (extra vertelstem bij fictiereeksen en gesproken ondertiteling). Voor andere bevolkingsgroepen hanteerde ze een inclusief diversiteitsbeleid. Zo waren op VRT-Televisie 8,6% van de sprekende actoren nieuwe Vlamingen, 38,0% vrouwen en 0,9% personen met een beperking. Op het personeelsvlak schoot de VRT inzake diversiteit nog tekort: op 31 december 2015 had slechts 2,9% van de medewerkers een migratieachtergrond, 1,2% had een arbeidshandicap en 39,0% was een vrouw.

2. Informatie, cultuur en educatie prioritair

Het VRT-aanbod besteedt prioritair aandacht aan informatie, cultuur en educatie.

- De opdracht voor onpartijdige, onafhankelijke en betrouwbare informatie en duiding werd in 2015 ingevuld door alle netten en op alle

platformen. VRT-radio had dagelijks ruim 2,8 miljoen luisteraars voor het nieuwsaanbod. Het informatieaanbod op VRT-Televisie haalde bijna 2 miljoen kijkers. Bijna 280.000 mensen surfden per dag naar Deredactie.be.

- De VRT had aandacht voor cultuur in tal van domeinen. Elk net had een cultuuraanbod afgestemd op zijn doelgroep. Sommige netten legden daarbij meer de nadruk op specifieke cultuurprogramma's (zoals *Hoera Cultuur!* op Canvas, *Touché* op Radio 1 en *Happy Hour* op Klara). Andere netten zetten meer gemengde programma's in (zoals *1000 zonnen* op Eén en *Weekendwekker* op Radio 2). De VRT besliste de cultuursite Cobra.be stop te zetten en de opdracht vanaf het najaar toe te wijzen aan Canvas.be. Het weekbereik van het cultuuraanbod op televisie bedroeg 39,9%.
- De VRT nam haar educatieve rol op met al haar netten. Aandacht voor wetenschappelijke thema's gebeurde met een mix van gemengde programma's (zoals *Nieuwe feiten* (Radio 1)), informatieprogramma's (zoals *Koppen* (Eén)) en specifieke wetenschaps- en educatieprogramma's (zoals *De schuur van Scheire* (Eén) en *HoeHoeHoe?* (Ketnet)). De educatieve televisieprogramma's bereikten 34,6% van de kijkers.

3. Publieke meerwaarde voor ontspanning en sport

De VRT bracht kwaliteitsvolle ontspanning waar ook informatieve, culturele of educatieve elementen in verwerkt waren, zoals de soap *Thuis* (Een). Ook de Vlaamse fictiereeksen die de VRT bracht waren gericht op kwaliteit, zoals *Tom & Harry* (Een) en *De zoon van Artan* (Ketnet). Andere programma's en tal van acties hadden aandacht voor verschillende maatschappelijke onderwerpen. Zo had *Radio Gaga* (Canvas) bijvoorbeeld aandacht voor personen die verblijven in een revalidatiecentrum en een psychiatrische instelling en *De verkeersweken* van MNM voor fietsveiligheid. De openbare omroep had ook aandacht voor sport. Dat draagt immers bij tot de informatie-opdracht en vervult ook een verbindende en ontspannende rol. VRT-Televisie programmeerde, met het oog op een maximaal bereik, 44 verschillende grote en kleine sporten en bracht diverse sportdocumentaires (zoals *Slijk* en *Spul* (beide Canvas)). Die diversiteit aan sporten was ook aanwezig op VRT-Radio als op Sporza.be.

4. Aangescherpte merkenstrategie met VRT als kwaliteitslabel

De VRT hanteerde in 2015 een uitgebalanceerde merkenportfolio om alle Vlamingen te bereiken. Radio 1 legde in zijn programmering vooral de nadruk op de informatieopdracht. Radio 2 was gericht op het brede publiek en had extra aandacht voor informatie uit de Vlaamse regio's. MNM en Studio Brussel hadden bij het invullen van de openbare opdracht vooral aandacht voor jongerenthema's. Klara nam zijn rol als cultuurzender ten volle op. Eén had een toegankelijk en gevarieerd aanbod dat inzette op informatie, cultuur, sport en ontspanning voor een breed publiek. Canvas was gericht naar de kijker die op zoek is naar informatie en analyse. Ketnet bood een aanbod op maat van kinderen. Aangevuld met Deredactie.be en Sporza.be, bevestigde de nieuwe beheersovereenkomst dit portfolio van aanbodsmerken. De VRT wil de publieke opdracht van haar merken verder aanscherpen. Tegelijk wil zij onderzoeken hoe het merk "VRT" kan worden ingezet om haar onderscheidend karakter te benadrukken. Tegelijk moet het dienen als digitaal koepelmerk.

5. Toekomstgericht, digitaal en innovatief

De VRT wil een echte digitale mediaorganisatie worden. Dat betekent onder andere dat de netten hun aanbod op alle relevante digitale platformen moet brengen. Ondanks de besparingsopdracht die zij moest realiseren, investeerde de VRT in 2015 alvast extra middelen voor zijn digitale shift. De radionetten zijn bijvoorbeeld meer en meer digitaal, onder andere op de sociale media. Ook Canvas breidde zijn digitaal aanbod sterk uit. De VRT had al een eigen digitale radiospeler en ontwikkelt momenteel een eigen videospeler. Tegelijk wil de omroep blijven inzetten op innovatie, onder andere in het aanbod, zoals met nieuwe vertelvormen en producten.

6. Versterking van het media-ecosysteem

Binnen het steeds meer internationale en digitale medialandschap, vervult de VRT de rol van hefboom voor de Vlaamse mediasector. In 2015 was 33,9% van de Vlaamse televisieproducties gemaakt door onafhankelijke Vlaamse productiehuisen (voor in totaal 63,4 miljoen euro). In de nieuwe beheersovereenkomst werd overeen gekomen dat een nieuwe minimumnorm ook van toepassing wordt op digitale producties. In

het belang van het Vlaamse ecosysteem, wil de VRT daarnaast haar samenwerking met andere mediaorganisaties uitbreiden. Zij werkt ook samen met andere publieke omroepen, o.a. via de EBU, enerzijds met het oog op een efficiënte uitvoering van haar publieke omroepopdracht, anderzijds om de mediasector te versterken.

7. Efficiënte en meer wendbare organisatie

De VRT staat voor een nieuw tijdperk waarin het digitaal aanbod een evenwaardige rol krijgt naast het radio- en televisieaanbod. Tegelijk moet de omroep een besparingstraject realiseren. Om beide mogelijk te maken en de zes andere strategische doelstellingen te realiseren, moet de VRT transformeren naar een moderne, wendbare en dynamische mediaorganisatie. In 2015 werd daarvoor een transformatieplan uitgewerkt. Dat werd nadien herwerkt en opnieuw in een participatietraject besproken met de medewerkers. In 2016 moet een nieuw en gedragen Transformatieplan klaar zijn.

Het is immers dankzij de inzet van alle medewerkers dat de VRT in 2015 goede inhoudelijke en financiële resultaten kon halen. Om die ook in de toekomst te bereiken, wil de omroep investeren in de betrokkenheid en competenties van al het personeel.

De VRT gaat de uitdaging aan om haar opdracht uit te voeren met een scherpe focus op de publieke meerwaarde van haar aanbod. Een efficiënte, compacte en dynamische mediaorganisatie moet daartoe bijdragen. De nieuwe beheersovereenkomst geeft anderzijds aan dat de Vlaamse regering een stabiele financiering garandeert.

Deze elementen bevestigen dat de VRT een sterke en ambitieuze publieke omroep moet blijven. Dat in het belang van haar 6,5 miljoen aandeelhouders en van de Vlaamse samenleving.



Paul Lembrechts
Gedelegeerd bestuurder



DE MEERWAARDE VAN DE OPENBARE OMROEP

#1



De VRT realiseert maatschappelijke meerwaarde ten aanzien van iedereen in Vlaanderen. Haar brede opdracht is duidelijk onderscheidend ten opzichte van andere actoren in het Vlaamse medialandschap.

De VRT streeft naar hoge kwaliteit in alles wat zij doet. Zij kan daarvoor een beroep doen op de innovativiteit en creativiteit van haar medewerkers en partners. Het aanbod moet de culturele identiteit en diversiteit in Vlaanderen weerspiegelen en bijdragen tot verbondenheid in de Vlaamse samenleving. Daarom is het belangrijk dat zij hoofdzakelijk producties brengt die in Vlaanderen zijn gemaakt en los van commerciële, politieke of particuliere belangen handelt.

1.1 KWALITEITSBELEID

Om haar onderscheidende meerwaarde waar te maken, streeft de VRT naar kwaliteit op verschillende domeinen.

- > Publieke meerwaarde wordt gevormd door de sociaal-maatschappelijke relevantie van de VRT.⁶
- > De functionele kwaliteit is de mate waarin het aanbod inspeelt op de verwachtingen van de mediagebruiker.
- > De operationele kwaliteit is de mate waarin de beoogde producties op een professionele, effectieve en efficiënte manier tot stand komen.

Centraal in het kwaliteitsbeleid staat de publieke meerwaarde. Die wordt gevormd door het onderscheidend karakter van de VRT als publieke omroep, met elementen zoals betrouwbaarheid, diversiteit, maatschappelijke impact, innovatie en Vlaamse verankering. In het belang van de Vlaamse samenleving focust de VRT daarom voortdurend op deze componenten.

Meer informatie over de resultaten van de VRT bij de verschillende kwaliteitscomponenten: zie p. 70-83.



⁶ In de Beheersovereenkomst 2012-2016 wordt dit "publieke en ethische kwaliteit" genoemd.

PUBLIEKE MEERWAARDE

Inspelen op de behoeften van de samenleving

De VRT en haar medewerkers realiseerden in 2015 publieke meerwaarde door hun inspanningen op het vlak van:

- > beroepsethiek (betrouwbaarheid)
- > maatschappelijke impact
- > diversiteit
- > innovatie
- > Vlaams aanbod

BETROUWBAARHEID

Het vertrouwen van de Vlaamse mediagebruikers in de VRT en haar aanbod volgt uit de naleving van haar morele, ethische en deontologische eisen, zoals non-discriminatie, respect, onafhankelijkheid en onpartijdigheid. De VRT hanteert daarvoor verschillende richtlijnen, waarvan de belangrijkste de deontologische code (voor nieuws- en informatieprogramma's) en het programmacharter (voor andere programma's) zijn.

In 2015 had de Vlaamse mediagebruiker vertrouwen in de VRT. Dat blijkt uit de resultaten van de vertrouwensbarometer. Die meet het vertrouwen in de VRT als instelling en als nieuwsbron. (Meer details: zie p. 73)

MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

De VRT hielp in 2015 de Vlaamse mediagebruiker om kennis te verwerven en zich verbonden te voelen met de Vlaamse samenleving. Daarom werkte

de omroep ook samen met organisaties uit het middenveld, culturele instellingen, andere omroepen, enzovoort.

- > Sommige VRT-programma's en acties droegen rechtstreeks bij aan de sociale cohesie (zoals *Music for Life*) of de bewustwording van maatschappelijke thema's (zoals diversiteit in *Thuis (Eén)*). (zie p. 73)
- > Door met hen samen te werken ondersteunde de VRT tal van maatschappelijke organisaties. (zie p. 27)
- > De VRT droeg op verschillende manieren bij aan de mediawijsheid van de Vlamingen (een specifieke opdracht die haar was toegewezen). (zie p. 69)

DIVERSITEIT

De VRT is de omroep van en voor iedereen in Vlaanderen. Dat betekent dat de omroep zowel in zijn aanbod als in zijn personeelsbeleid de diversiteit van Vlaanderen moet weerspiegelen.



Thuis (Eén)

- > De openbare omroep hanteerde in 2015 een diversiteitsbeleid dat gericht is op verschillende bevolkingsgroepen, zoals mensen met een migratieachtergrond, slechtzienden, slechthorenden, vrouwen en mensen met een beperking. De VRT haalde de vooropgestelde doelen inzake bereik en scherm aanwezigheid uit de beheersovereenkomst. Zij is van mening dat extra inspanningen nodig zijn om haar maatschappelijke impact op het vlak van diversiteit te verhogen. (zie p. 20)
- > De instroom van nieuwe medewerkers nam de voorbije jaren af (als gevolg van besparingen). Toch bleef de VRT in haar personeelsbeleid aandacht hebben voor de Vlaamse maatschappelijke diversiteit. De omroep zal zijn initiatieven voortzetten om het diversiteitsgehalte in het personeel te verbeteren. (zie p. 98)

'De opdracht van de VRT is duidelijk onderscheidend ten opzichte van de andere actoren in het Vlaamse medialandschap.'

ONDSCHIEDEND AANBOD

De VRT onderscheidt zich van de andere Vlaamse mediabedrijven op diverse vlakken. Dat deed de omroep in 2015 op alle domeinen van de openbare opdracht:

- > informatie, met een uitgebreid aanbod op radio, televisie en online (inclusief duiding en onderzoeksjournalistiek) (zie p. 60);
- > cultuur, onder andere met cultuurprogramma's, aandacht voor alle muziekgenres, Vlaamse fictie en auteursdocumentaires (zie p. 64);
- > educatie, met wetenschapsprogramma's en aandacht voor wetenschappen en algemene kennis in gemengde producties (zie p. 68);
- > sport, met onder andere aandacht voor kleine sporten en sportevenementen waarvoor commerciële zenders geen interesse hebben (zie p. 67);
- > kwaliteitsvolle ontspanningsprogramma's gericht op het versterken van de sociale cohesie.

INNOVATIE

Omdat de VRT in hoge mate los van commerciële belangen kon werken, kon zij op innovatievlak autonoom handelen. Dat was zo ten aanzien van technologische vernieuwingen en voor het ontwikkelen van nieuwe programmaformats.

VLAAMSE VERANKERING

De VRT zond in 2015 in hoge mate Vlaamse programma's uit. Met het Vlaamse aanbod wil de VRT:

- > erkend worden als omroep van en voor iedereen;
- > culturele, sociale en economische meerwaarde leveren voor de Vlaamse samenleving;
- > burgers samenbrengen rond een gedeelde identiteit;
- > de Vlaamse mediaproductie ondersteunen. (De openbare omroep garandeert dat de Vlaming kan genieten van een Vlaams media-aanbod.)⁷

⁷ De nieuwe Beheersovereenkomst 2016-2020 stelt trouwens: "De VRT besteedt minimaal 15% van haar totale inkomsten exclusief ruil, Brussels Philharmonie en herstructureringskosten aan externe productie, evoluerend naar 18,25% (tegen 2020)".

FUNCTIONELE KWALITEIT

Tegemoetkomen aan de wensen van de mediagebruiker

De publieke meerwaarde is pas optimaal als de VRT zo veel mogelijk Vlaamse mediagebruikers bereikt. Dat kan alleen als zij hun behoeften kent en respecteert. De omroep moet inspelen op de wensen van de kijkers, luisteraars en surfers zonder de publieke meerwaarde van haar aanbod te verwaarlozen.

De VRT ging in 2015 na of haar aanbod voldoet aan de wensen van de mediagebruikers aan de hand van drie parameters: bereik, waardering en tevredenheid.

BEREIK

De mate waarin een programma inspeelt op de behoeften van de kijker of luisteraar, is af te leiden uit de mate waarin zij er naar kijken of luisteren. De VRT maakt in de eerste plaats gebruik van de officiële cijfers van het Centrum voor Informatie over de Media (CIM). Die gelden voor de totale Vlaamse mediamarkt. De omroep hanteert daarnaast nog eigen interne studies voor specifieke analyses (zoals Comscore om het bereik van websites te meten).

WAARDERING

De kijker en luisteraar die een programma bekeken of beluisterd heeft, heeft er in principe ook een mening over. De waardering voor een productie wordt gemeten bij een panel van mediagebruikers (waarderingcijfers, zie p. 76). Daardoor kan de VRT een beroep doen op objectieve gegevens. Klachten en meningen van kijkers en luisteraars zijn anderzijds belangrijk om relevante opmerkingen te kennen. De VRT-klantendienst informeert de programmamakers en nethoofden over de opmerkingen van de mediagebruikers.

TEVREDENHEID

De mediabehoefte verschillen van persoon tot persoon en van moment tot moment. Zo willen veel mensen in de eerste plaats geïnformeerd worden, maar hebben ze op sommige momenten juist behoefte aan ontspanning. De mate waarin de VRT daarmee rekening houdt, bepaalt de tevredenheid van de mediagebruikers. Om die te kennen gebruikte de VRT de mediakaart (gebruikersgroepen ingedeeld volgens dominante mediabehoefte) en MEMO-onderzoek⁸ (over de verschillen in mediabehoefte door de dag en week).

8 MEMO staat voor MEMOmenten.

'De VRT speelt in op de wensen van de mediagebruikers zonder de publieke meerwaarde van haar aanbod te verwaarlozen.'

OPERATIONELE KWALITEIT

Professioneel, effectief en efficiënt produceren

De mate waarin financiële middelen, personeel, infrastructuur en materiaal efficiënt worden ingezet bepaalt de operationele kwaliteit van de omroep. Een publieke omroep dient te streven naar maximale efficiëntie omdat het merendeel van zijn middelen afkomstig is van de samenleving. Maximale efficiëntie draagt zo rechtstreeks bij tot de maatschappelijke meerwaarde van de VRT.

De operationele kwaliteit van de openbare omroep is bovendien pas maximaal als hij zichzelf hoge beroepsnormen stelt. De VRT zet zo (mee) de standaard op diverse vlakken, zoals ontvangstkwaliteit en taalgebruik.

PRODUCTIONELE KWALITEIT

De VRT-netten bewaakten in 2015 de kwaliteit van een productie vanaf de conceptfase tot de evaluatie. Kwaliteitseisen werden per productie vastgelegd aan de hand van vaste en variabele criteria. Bij de evaluatie van een programma werd nagegaan in welke mate voldaan werd aan de criteria en de verwachtingen van het net en de mediagebruiker.

PROFESSIONELE KWALITEIT

De gebruikerstevredenheid over een productie hangt in veel gevallen af van de technische kwaliteitseisen die worden gesteld en gehaald. Dat kan gaan over de geluidskwaliteit, de beeldkwaliteit, de kwaliteit van ondertiteling, de opbouw van websites, de stabiliteit van mobiele applicaties, enzovoort. De VRT streefde in 2015 de hoogste technische kwaliteitsstandaarden na. Wat taal betreft, moeten de VRT-netten de Nederlandse standaardtaal gebruiken. (zie p. 82)

KOSTENEFFICIËNTIE

De VRT gebruikte in 2015 haar beschikbare middelen op een efficiënte en kostenbewuste manier. (Meer informatie: zie p. 83)

1.2 VOOR IEDEREEN IN VLAANDEREN

De VRT wil als omroep van alle Vlamingen voor iedereen relevant zijn. Om een "gevarieerd en zo groot mogelijk publiek" te bereiken, moet zij een aanbod hebben waar de mediagebruiker dat zelf wenst: op radio, televisie en online⁹. De Beheersovereenkomst 2012-2016 stelt dat de VRT met haar aanbod over de verschillende media¹⁰ samen op maandbasis minstens 90% van de bevolking diende te bereiken.¹¹

De voorgaande jaren beschikte de VRT over eigen PPM-onderzoeksresultaten¹². Daardoor kon zij rapporteren over een geaggregeerd bereikcijfer voor radio, televisie en online samen (in 2012: 96,6%, 2013: 96,9%, 2014: 96,5%). In 2015 werd het PPM-onderzoek stopgezet. Daardoor was een geïntegreerd bereikcijfer niet te berekenen. Maandlijks keek gemiddeld 95,5%¹³ van de Vlamingen naar VRT-televisie. Daardoor werd de doelstelling (voor televisie, radio en online samen) gehaald.

BEREIK VRT-RADIO

GEMIDDELD RELATIEF WEEKBEREIK RADIO (2012-2015)

RADIO	2012	2013	2014	2015
NORM 70%				
gemiddeld weekbereik radioluisteraars ¹⁴	79,8%	80,0%	78,2%	79,0%
NORM 60%				
gemiddeld weekbereik t/m				
leeftijd 12-24	78,0%	74,9%	74,8%	75,6%
leeftijd 25-44	75,6%	77,8%	74,7%	77,4%
leeftijd 45-64	80,9%	80,8%	78,1%	78,0%
leeftijd 65+	86,9%	87,0%	86,7%	85,4%
mannen	80,9%	81,1%	79,4%	80,6%
vrouwen	79,0%	79,1%	77,0%	77,2%
opleidingsniveau: lager secundair onderwijs	78,4%	76,8%	74,5%	74,6%
opleidingsniveau: hoger secundair onderwijs	76,5%	77,7%	76,2%	77,2%
opleidingsniveau: hoger onderwijs	86,4%	87,2%	84,8%	85,5%

(BRON: CIM-RADIOSTUDIE / VRT-STUDIEDIENST)

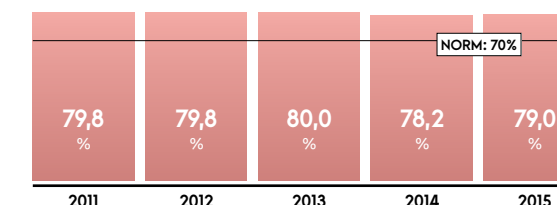
9 Met "bereik" wordt bedoeld: "iedereen die verklaart in de afgelopen maand ten minste eenmaal met een VRT-merk in contact gekomen te zijn".
10 Met "media" worden in de eerste plaats radio en televisie bedoeld, zonder andere media uit te sluiten.
11 Wat betreft 'bevolking' wordt de gangbare referentiegroep uit officiële onderzoeken gebruikt. Bij radio is dat de bevolking ouder dan twaalf jaar, bij televisie is dat de bevolking ouder dan vier jaar.
12 Mediaaan stapte uit de samenwerking rond het PPM-onderzoek. Daardoor waren de kosten onverantwoord hoog om dit onderzoek zelf verder te zetten.
13 Bereik: Live+6, 15 min. Consecutief kijken voor de bevolking van 4 jaar en ouder.
14 Het relatief weekbereik duidt de verhouding aan van het aantal Vlamingen dat gedurende 1 week 10 minuten of meer geluisterd heeft naar een VRT-radionet ten opzichte van het aantal Vlamingen dat gedurende 1 week 10 minuten of meer naar de radio heeft geluisterd.

De Beheersovereenkomst 2012-2016 stelt dat de VRT-radionetten samen op weekbasis ten minste 70% van de Vlaamse radioluisteraars dienden te bereiken. Binnen elke relevante doelgroep (leeftijd: 12-24, 25-44, 45-64, 65+, geslacht: m/v, opleidingsniveau: lso, hso, ho) moesten de netten minimaal 60% van de Vlaamse radioluisteraars bereiken. Deze doelstellingen werden in 2015 gehaald.

EVOLUTIE 2012-2015

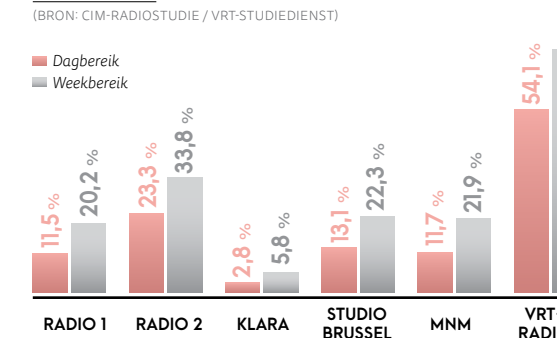
Gedurende de periode 2012-2015 presteerde VRT-radio op het vlak van bereik steeds goed. De VRT-radionetten overtroffen samen de normen die in de beheersovereenkomst waren vooropgesteld.

EVOLUTIE RELATIEF WEEKBEREIK VRT-RADIO (2011-2015) (IN %)

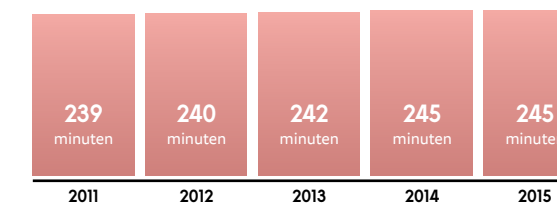


(BRON: CIM-RADIOSTUDIE / VRT-STUDIEDIENST)

ABSOLUUT DAG- EN WEEKBEREIK VAN DE VRT-RADIONETTEN (IN %) (IN 2015)



EVOLUTIE GEMIDDELD LUISTERDUUR VRT-RADIO (2011-2015) (IN MINUTEN)



(BRON: CIM-RADIOSTUDIE / VRT-STUDIEDIENST)

Wekelijks luisterden gemiddeld 3.926.217 personen ten minste 10 minuten naar ten minste een van de VRT-radionetten (ten opzichte van 3.837.057 personen in 2014). De VRT-radionetten haalden daarmee samen een relatief weekbereik van 79,0% en een absoluut weekbereik van 71,7%¹⁵. Radio 1 haalde een absoluut weekbereik van 20,2%, Radio 2 33,8%, Klara 5,8%, MNM 21,9% en Studio Brussel 22,3%. De gemiddelde luisterduur voor VRT-radio bedroeg 245 minuten per dag (evenveel als in 2014).

BEREIK VRT-TELEVISIE¹⁶

De Beheersovereenkomst 2012-2016 stelt als doel dat de VRT met televisie op weekbasis ten minste 75% van de Vlaamse televisiekijkers en ten minste 65% binnen elke relevante doelgroep (leeftijd: 4-12, 13-24, 25-44, 45-64, 65+, geslacht: m/v, opleidingsniveau: lso, hso, ho) moet bereiken. Deze doelstellingen werden in 2015 gehaald.

GEMIDDELD WEEKBEREIK TELEVISIE (2012-2015)
(BRON: CIM|GFK-AUDIMETRIE - VRT-STUDIEDIENST)

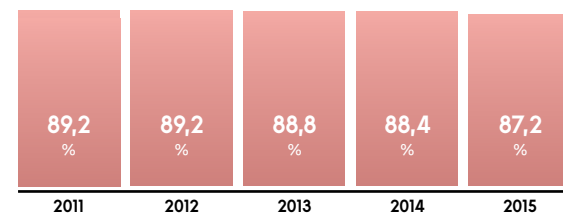
TELEVISIE				
NORM 75%	2012	2013	2014	2015
gemiddeld weekbereik televisiekijkers ¹⁷	89,2%	88,8%	88,4%	87,2%
NORM 65%	2012	2013	2014	2015
gemiddeld weekbereik t/m				
leeftijd 4-12	82,3%	83,0%	82,4%	80,1%
leeftijd 13-24	74,8%	77,4%	76,1%	72,8%
leeftijd 25-44	86,4%	85,2%	85,1%	83,6%
leeftijd 45-64	94,0%	93,2%	93,0%	92,0%
leeftijd 65+	98,3%	97,7%	97,2%	97,4%
geslacht: man	89,4%	88,7%	87,6%	86,6%
geslacht: vrouw	89,1%	88,9%	89,1%	87,7%
opleidingsniveau: lager secundair onderwijs	89,8%	90,1%	89,0%	86,9%
opleidingsniveau: hoger secundair onderwijs	88,3%	87,3%	87,3%	86,2%
opleidingsniveau: hoger onderwijs	92,6%	91,8%	92,2%	91,6%

VRT-Televisie bereikte op weekbasis 87,2% van de televisiekijkende bevolking (ten opzichte van 88,4% in 2014). Dat betekent 4.817.823 kijkers per week (ten opzichte van 4.903.976 in 2014). Indien ook de bevolking die niet wekelijks televisie kijkt wordt meegerekend, dan bereikten de VRT-televisienetten samen wekelijks 80,7% van de Vlamingen ouder dan vier jaar (ten opzichte van 82,6% in 2014). Eén haalde een absoluut weekbereik van 75,2%, bij Canvas was dat 39,5% en bij Ketnet 51,7% (in zijn doelgroep kinderen).

EVOLUTIE 2012-2015

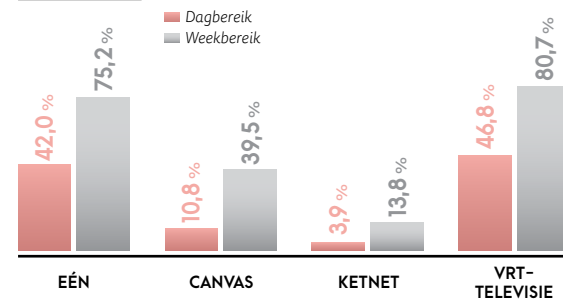
De performantie met betrekking tot het gemiddeld cumulatief weekbereik van de VRT-televisienetten nam in de periode 2012-2015 licht af, maar bleef steeds boven de opgelegde norm. Ook het gemiddeld weekbereik binnen elke bevolkingsgroep nam licht af, maar behaalde steeds de norm.

EVOLUTIE RELATIEF WEEKBEREIK VRT-TELEVISIE (2011-2015) (IN %)



(BRON: CIM|GFK-AUDIMETRIE - VRT-STUDIEDIENST)

ABSOLUUT DAG- EN WEEKBEREIK¹⁸ VAN DE VRT-TELEVISIENETTEN (IN %) (IN 2015)



(BRON: CIM|GFK-AUDIMETRIE - VRT-STUDIEDIENST)

Opmerking: In de grafiek is bij Ketnet het bereik opgenomen ten aanzien van de hele bevolking (4 jaar en ouder). Wanneer wordt gekeken naar de doelgroep van Ketnet (kinderen) dan bedroeg het absoluut dagbereik 18,2% (basis van 4 tot en met 12 jaar) en het absoluut weekbereik 51,7%.

BEREIK VRT-ONLINE

Online moet de VRT op maandbasis ten minste 40% van de Vlaamse surfers en minimaal 30% binnen elke doelgroep (leeftijd: 12-24, 25-44, 45-64, 65+, geslacht: m/v, opleidingsniveau: lso, hso, ho) bereiken. Deze doelstellingen werden in 2015 gehaald.

Wegens technische problemen kon het CIM voor de periode januari - juli 2015 (net zoals voor 2013 en 2014) geen bereikgegevens over het maandelijks internetgebruik geven. Vanaf augustus 2015 beschikte CIM weer over een online-studie.

EVOLUTIE 2012-2015

Het gemiddeld cumulatief maandbereik van de VRT-websites nam in de periode 2012-2015 licht toe en bleef steeds boven de opgelegde norm. Behalve bij vrouwen nam het gemiddeld maandbereik in alle bevolkingsgroepen toe.

GEMIDDELD RELATIEF MAANDBEREIK ONLINE (2012 EN AUGUSTUS-DECEMBER 2015)

ONLINE		
NORM 40%	2012	2013
gemiddeld maandbereik surfers	58,1%	59,4%
NORM 30%	2012	2013
gemiddeld maandbereik t/m		
leeftijd 12-24 (*)	65,9%	70,6%
leeftijd 25-44	60,9%	64,1%
leeftijd 45-64	51,2%	53,9%
leeftijd 65+	45,9%	48,9%
mannen	56,7%	60,6%
vrouwen	59,6%	58,1%
opleidingsniveau: lager secundair onderwijs	49,5%	49,5%
opleidingsniveau: hoger secundair onderwijs	56,3%	57,0%
opleidingsniveau: hoger onderwijs	63,3%	66,7%

(*) VOOR 2014: LEEFTIJD VAN 12 TOT EN MET 24 JAAR; VOOR 2015: LEEFTIJD VAN 18 TOT EN MET 24 JAAR (CIM LEVERT GEEN ONLINEGEGEVENS VOOR -18-JARIGEN MEER).
(BRON: CIM-RADIOSTUDIE / VRT-STUDIEDIENST)



¹⁵ Dit cijfer slaat op het aantal Vlamingen van 12 jaar en ouder dat gedurende 1 week minimaal 10 minuten naar een VRT-radionet heeft geluisterd ten opzichte van het totaal aantal Vlamingen van 12 jaar of ouder. Bij het relatieve weekbereik is het aantal radioluisteraars van 12 jaar of ouder in Vlaanderen de vergelijkingsbasis.

¹⁶ De Vlaamse omroepen beslisten in overleg met het CIM om vanaf 2013 in hun communicatie voortaan ook de gastkijkers mee te tellen in hun bereikcijfers. Wanneer in voordigend jaarverslag wordt vergeleken met vroegere jaren, worden de bereikcijfers van die jaren ook opgenomen inclusief gastkijkers.

¹⁷ Het relatief weekbereik duidt de verhouding aan van het aantal Vlamingen dat gedurende 1 week 15 minuten of meer consecutief gekeken heeft naar een VRT-televisiezender ten opzichte van het aantal Vlamingen dat gedurende 1 week 15 minuten of meer consecutief naar televisie heeft gekeken.

¹⁸ Aandeel van de kijkers die 15 minuten consecutief kijken ten opzichte van de bevolking van vier jaar en ouder.

1.3 VOOR ALLE BEVOLKINGSGROEPEN

De VRT is de omroep van en voor iedereen in Vlaanderen. Als publieke omroep moet zij alle inwoners van Vlaanderen maximaal bereiken om een zo groot mogelijke maatschappelijke impact te hebben.

Voor sommige bevolkingsgroepen (kinderen, jongeren, buitenlanders in Vlaanderen, Vlamingen in het buitenland, slechthorenden en slechtzienden) biedt de VRT daarom een specifiek aanbod.

Voor andere bevolkingsgroepen hanteert de omroep een inclusief beleid. Dat is het geval voor personen met een migratieachtergrond, voor personen met een beperking en voor genderdiversiteit. Daarbij gaat ook aandacht naar de beeldvorming van deze doelgroepen.

De VRT baseert zich in haar diversiteitsbeleid op de bepalingen in de beheersovereenkomst. In voorliggend document wordt op verschillende plaatsen ook de diversiteit in het aanbod geïllustreerd.

DIVERSITEIT

Het Charter Diversiteit (*Iedereen verschillend, iedereen welkom*) omschrijft de kernpunten van het diversiteitsbeleid van de openbare omroep. De VRT werkt op verschillende domeinen om haar diversiteitsdoel te realiseren: het bereik van specifieke bevolkingsgroepen, de beeldvorming ervan, de toegankelijkheid voor doelgroepen en het personeelsbeleid.

IEDEREEN VERSCHILLEND, IEDEREEN WELKOM

- De VRT is de omroep van en voor iedereen in Vlaanderen. Alle mensen moeten zich kunnen herkennen in wat we maken. We laten de samenleving zien zoals ze is en zijn voor iedereen toegankelijk.
- De VRT respecteert mensen zoals ze zijn. Elk mens heeft meer dan één identiteit. We kijken daar met een open en genuanceerde blik naar en stoppen hem niet in een vakje.
- We tonen wat ons verbindt en willen bruggen slaan tussen individuen, groepen, generaties en gemeenschappen. Zo bouwen we mee aan een harmonieuze en pluralistische maatschappij waarin iedereen zich thuis voelt.
- De VRT wil zelf een voorbeeld zijn. Als werkgever staan we voor gelijke kansen en gelijkwaardigheid. We beoordelen mensen uitdrukkelijk op hun talenten en bieden iedereen kansen om zich te ontploegen.
- Diversiteit verhoogt onze kwaliteit. Ze inspireert ons, en helpt ons te verbeteren en te vernieuwen.
- Diversiteit is de rode draad door onze programma's en ons beleid. Er is bijgevolg op de VRT geen plaats voor antisemitisme, uitsluiting en discriminatie op welke grond dan ook.
- De VRT gaat ervan uit dat iedereen die voor ons werkt deze visie vanzelfsprekend vindt.

BEREIKEN VAN SPECIFIEKE DOELGROEPEN

In 2015 voerde Why5 Research, in opdracht van de VRT, een kwalitatief publieksonderzoek uit bij 24 nieuwe Vlamingen van 16 tot 30 jaar over het VRT-bereik via sociale media. De belangrijkste vaststellingen:

- > Deze 24 nieuwe Vlamingen zijn te beschouwen als intensieve gebruikers van sociale media.
- > Deze nieuwe Vlamingen kennen diverse functies toe aan de sociale media (zoals het verbinden met vrienden en kennissen, het becommentariëren van de actualiteit en het organiseren van activiteiten).
- > Facebook speelt een "centrale rol" in het media-gebruik bij deze groep.
- > De VRT bereikt hen moeilijk via Facebook omdat ze meer geneigd zijn om specifieke personen en programma's te volgen dan "grote" mediamerken.

De VRT wil haar bereik bij nieuwe Vlamingen via de sociale media vergroten op verschillende manieren, zoals door op de sociale media aandacht te hebben voor hun maatschappelijke problemen en door bekende Vlamingen met een diverse achtergrond meer aan bod te laten komen in het aanbod.

BEELDFORMING VAN SPECIFIEKE DOELGROEPEN

Het Elektronisch Nieuwsarchief¹⁹ ging, in opdracht van de VRT, het aandeel na van specifieke bevolkingsgroepen in haar televisie-aanbod²⁰ (behalve aangekochte programma's). In 2015 waren 8,6% van de sprekende actoren in de programma's van Eén, Canvas en Ketnet nieuwe Vlamingen (streefcijfer: 5%). 38,0% waren vrouwen (streefcijfer: 33%). 0,9% waren personen met een beperking (geen streefcijfer).

De VRT meet elk jaar de aanwezigheid van deze bevolkingsgroepen in haar aanbod om te weten in welke richting zij haar actieplannen diversiteit moet bijsturen.

¹⁹ Een samenwerking van VUB, UA, KULeuven en UG.
²⁰ Op een totaal van 14.521 sprekende actoren.

EVOLUTIE 2012-2015

De inspanningen inzake diversiteit leidden, globaal bekeken, tot een hogere aanwezigheid van nieuwe Vlamingen en vrouwen in het VRT-televisie-aanbod in 2015 ten opzichte van 2012. Dat was niet het geval voor personen met een beperking (stabiel resultaat).

BEVOLKINGSGROEP	STREEFCIJFER	2012	2013	2014	2015
Nieuwe Vlamingen	5%	6,2%	6,8%	7,6%	8,6%
Vrouwen	33%	33,8%	36,6%	35,3%	38,0%
Personen met een beperking	N.v.t.	1,0%	0,7%	1,1%	0,9%

AANDACHT VOOR DIVERSITEIT IN HET AANBOD

Verschiedende programma's op Eén ondersteunden de diversiteitsdoelstellingen. Dat was bijvoorbeeld het geval met de soap *Thuis* (met vier acteurs met een diverse achtergrond en een personage in een rolstoel) en de documentaire reeks *Afspraak in Rio*. De magazines *Iedereen beroemd* en *1000 zonnen* (in de zomermaanden) en het interviewprogramma *Van Gils & gasten* hadden regelmatig nieuwe Vlamingen en personen met een beperking te gast. Omdat bleek dat Eén relatief weinig vrouwelijke presentatoren had, besliste de zender om meer vrouwen een dragende rol te geven in verschillende programma's (zoals in *Het sterkste netwerk* en *Vind je lief*).



Iedereen beroemd (Eén)

Canvas had aandacht voor het diversiteitsthema en voor diversiteit in de gasten van zijn programma's. Dat was bijvoorbeeld het geval in *De Canvasconnectie*, *Alleen Elvis blijft bestaan*, *Winteruur*, *Radio Gaga* en *Off the record*. Vrouwen kregen (meer dan voorheen) in het vernieuwde programma-aanbod een presentatieopdracht of een dragende rol (zoals in *De afspraak* en *Vranckx*).

Ketnet had op het vlak van diversiteit extra aandacht voor nieuwe Vlamingen, mensen in armoede en personen met een beperking. Dat gebeurde onder andere in *Kaatje & co*, *Boris & Binti*, *Caps Club*, *Ketnet KingSize*, *Karrewiet* en *D5R*. Ook in diverse Ketnet-acties was er aandacht voor diversiteit, zoals bij *De pet op tegen kanker* en *De week tegen pesten*. Het

diversiteitsthema is regelmatig aanwezig in de dagelijkse live hosting (*de wrap*), en extra op sommige dagen (zoals op de Internationale dag van personen met een beperking en de Internationale dag van de migrant). Ketnet verbond met een grootouderproject verschillende generaties (kinderen en ouderen) met elkaar aan de hand van verschillende programma's en platformen (zie p. 55).

Ook op VRT-radio was er aandacht voor diversiteit, onder andere door extra inspanningen te doen bij sommige acties en evenementen. Zo werden tijdens



de *Bel10-actie* van Radio 1 (zie p. 35) mensen met diverse achtergronden geïntroduceerd als experts. Radio 2 verzamelde, voor de app *On Wheels*, samen met studenten extra informatie over de toegankelijkheid van steden (zoals de breedte van voetpaden en de aanwezigheid van drempels). *Generation M (MNM)* zette experts met een diversiteitsachtergrond ook in als vlogger op haar online platform. *Music for Life* had via de verschillende goede doelen redactioneel aandacht voor diversiteit (initiatieven). Op de internationale vrouwendag hadden verschillende radionetten (zoals Radio 1) aandacht voor de genderproblematiek.

De regionale redacties van Radio 2 werkten aan het uitbouwen van hun contactenbestand met het oog op diversiteit. Daardoor nam het aantal contacten van personen met een diverse achtergrond toe. De regionale informatieprogramma's van Radio 2 hadden oog voor diversiteit, bijvoorbeeld met een wekelijks gesprek met een krantenleverancier van Turkse afkomst (bij Radio 2 Oost-Vlaanderen) en een wekelijkse "kijk op de actualiteit" met humorist Erhan Demirci (bij Radio 2 Vlaams-Brabant). De VRT-nieuwsdienst had aandacht voor diversiteit, o.a. wat betreft de sprekende actoren en de experts in de uitzendingen, en het inzetten van presenta-

toren en verslaggevers. VRT Nieuws vermeed dat sommige bevolkingsgroepen enkel aan bod komen bij thema's die als stereotyperend worden ervaren (zoals migratie voor nieuwe Vlamingen).



Ondertiteling

SAMENWERKING

De VRT organiseerde overleg met het Minderhedenforum, GRIP vzw, de Vrouwenraad, de Vlaamse Ouderenraad, Çavaria en andere belangenorganisaties om de wensen en mediabehoefte van verschillende minderheden voor de komende jaren te kennen. De omroep overlegde in het voorjaar met de belangengroepen over de resultaten van de diversiteitsmonitor (aanwezigheid op het scherm) en in het najaar over de diversiteitsacties die hij wilde uitrollen. Een specifiek overleg (met GRIP vzw, academische onderzoekers, Gelijke Kansen Vlaanderen) werd besteed aan de beeldvorming van personen met een beperking.

De VRT-netten werkten voor sommige programma's concreet samen met belangenverenigingen. Zo had Studio Brussel voor *Music for Life* (zie p. 33) overleg met verschillende vzw's die werken rond afkomst en gender en onderhield MNM voor GenerationM.be (zie p. 39) contacten met allochtone initiatieven.

TOEGANKELIJKHEID

De VRT wil ook de omroep zijn van de personen die slechthorend of slechtziend zijn. Opdat het aanbod voor hen te volgen zou zijn, investeert de omroep in specifieke toepassingen om hen daarbij te helpen.

Om haar beleid af te stemmen op de toegankelijkheidsbehoeften van personen met een auditieve, visuele of andere beperking, overlegde de VRT met de betrokken belangenorganisaties.

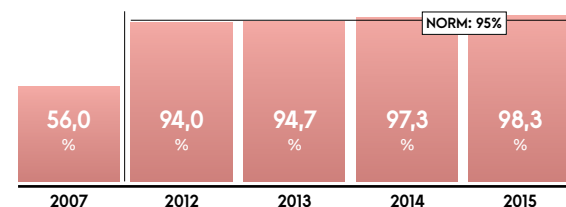
AANBOD VOOR DOVEN EN SLECHTHORENDE

Teletekstondertiteling

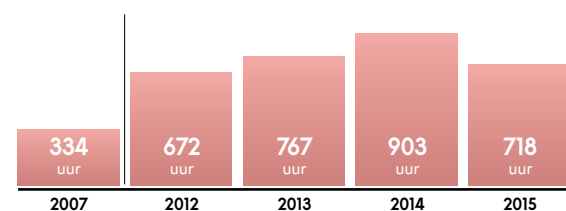
Nederlandstalige programma's werden in principe ondertiteld via teletekstondertiteling. Een zeldzame keer (zoals bij de fictiereeks *Bevergem* (Canvas)) krijgen de kijkers open ondertitels²¹ aangeboden.

98,3% van alle Nederlandstalige programma's konden gevolgd worden met teletekstondertiteling (norm: 95%). Per maand werd zo gemiddeld 718 uur ondertiteld. Dat was 20,5% minder dan in 2014, een gevolg van het stopzetten van OP12 en de namiddaguitzendingen van Canvas. 99,95% van de nieuws- en duidingsprogramma's boden teletekstondertiteling. Naar aanleiding van aanslagen in Parijs zond Eén in de nacht van 13 november een extra journaal uit. De teletekstondertiteling kon voor deze uitzending onmogelijk vooraf voorzien worden.

TELETEKSTONDERITELING NEDERLANDSTALIGE PROGRAMMA'S (2007 & 2012-2015) (IN %)



TELETEKSTONDERITELING NEDERLANDSTALIGE PROGRAMMA'S (2007 & 2012-2015) (IN UUR) (GEMIDDELD PER MAAND)



21 Dat wil zeggen dat de ondertitels mee in beeld verschijnen.

'98,3% van alle Nederlandstalige programma's hadden teletekstondertiteling.'

EVOLUTIE 2012-2015

- De eerste twee jaren van de Beheersovereenkomst 2012-2016 werd de 95%-norm voor ondertiteling van de Nederlandstalige programma's niet gehaald. Niettegenstaande de toename van het aantal uur ondertiteling, was dat in 2014 en 2015 wel het geval. Dat was een gevolg van extra efficiëntie-inspanningen.
- Alle nieuwsdienstprogramma's werden ondertiteld vanaf 2014 (conform de beheersovereenkomst), op een enkele onverwachte uitzending na.

De VRT moest volgens de beheersovereenkomst tegen eind 2014 haar ondertitels ook beschikbaar te stellen op andere platformen. Dat was eind 2015 nog niet het geval. De complexiteit van de productie-omgevingen en de variatie in de werkprocessen bemoeilijkten de uitvoering van de opdracht. De VRT hanteerde een stappenplan om de T888-ondertitels online beschikbaar te maken. Vanaf januari 2015 werden alle uitzendingen van *Karrewiet* (Ketnet) en *Karrewiet met Vlaamse Gebarentaal* (Ketnet) online met ondertitels voorzien. Sinds december 2015 werden ook sommige programma's op Canvas.be voorzien van ondertitels. De VRT zal in de loop van 2016 een aantal technische moeilijkheden oplossen waardoor haar online ondertitelaanbod stelselmatig zal uitgebreid worden. De omroep speelt daarmee in op de doelstelling uit de nieuwe beheersovereenkomst 2016-2020.²²

Vlaamse Gebarentaal (VGT)

- > *Het Journaal van 19 uur* (Eén) werd dagelijks live met Vlaamse Gebarentaal gestreamd op *Dere-dactie.be*. Die uitzending bleef raadpleegbaar op de nieuwssite en via aanbod-op-aanvraag voor digitale kijkers.
- > Ketnet zond *Karrewiet met Vlaamse Gebarentaal* de volgende ochtend na de reguliere uitzending uit. Ook *De week van Karrewiet* en *Karrewiet Plus* werden elke week met Vlaamse Gebarentaal uitgezonden op Ketnet. De *Karrewiet*-programma's met VGT bleven ter beschikking op Ketnet.be en via aanbod-op-aanvraag voor digitale kijkers.
- > Andere programma's die met Vlaamse Gebarentaal werden uitgezonden:
 - Extra journaals naar aanleiding van de terreurdreiging: *Het Journaal van 13 uur met*

22 Beheersovereenkomst 2016-2020: "Progressieve groei naar 90% ondertiteling van video (uitz. hosting, trailing, commerciële communicatie en muziekprogramma's) op websites tegen 2020."

- *Vlaamse gebarentaal op Canvas en Het Journaal van 19 uur met Vlaamse gebarentaal op het kanaal van Ketnet* (om 20 uur);
- de toespraken van de Koning (de kerstboodschap en de 21 juli-boodschap);
- de *Intrrede van de Sint* (Ketnet).

AANBOD VOOR BLINDEN EN SLECHTZIENDEN

Audiodescriptie (AD)

Bij televisie is het voor slechtzienden soms niet eenvoudig om een programma te kunnen volgen. Dat is bijvoorbeeld het geval voor fictiereeksen. De VRT zond in 2015 *Vriendinnen*, *De Ridder* en *T. met audiodescriptie* (vertelstem) uit. Indien de reguliere uitzendingen (op Eén) op een zondag vielen, dan werd de uitzending met AD simultaan op het kanaal van Ketnet uitgezonden. Ook heruitzendingen van deze reeksen werden met AD uitgezonden op het derde kanaal.²³ De VRT experimenteerde bij de rechtstreekse uitzending van de 30.000ste Last Post met live AD. Voor *T.* (uitgezonden vanaf september) was op Een.be een auditieve toelichting beschikbaar bij het verhaal, de personages en het decor. Om de toegankelijkheid en de beleving van de serie nog te verbeteren, informeerde de VRT actief de doelgroep daarover. De VRT hield een verkennend onderzoek over het nut van audiodescriptie voor mensen met het autismespectrumsyndroom. Daaruit bleek dat een meerderheid van hen AD nuttig vindt, maar dat de individuele behoeften verschillen.

Gesproken ondertiteling

Sommige mensen (zoals slechtzienden) hebben de behoefte om de ondertitels bij een programma te kunnen horen. Daarom bood de VRT gesproken ondertiteling²⁴ aan waarbij een computerstem de ondertitels brengt. Bij een beperkt aantal program-



Het Journaal met Vlaamse Gebarentaal

23 Slechtzienden konden via digitale televisie ook extra audiosporen oproepen zodat ze de vertelstem konden horen. De dvd's van de reeksen krijgen standaard de AD-versie erbij.
24 Om gesproken ondertiteling te kunnen horen heeft de gebruiker een speciale box nodig die hij moet koppelen aan zijn televisietoestel. Sinds 2015 kan hij ook een app gebruiken die de ondertitels in geluid omzet.

ma's was er geen gesproken ondertiteling omdat de ondertitels een vast grafisch onderdeel van het beeld zijn. De VRT zal in de loop van 2016 de ondertiteling intern anders produceren. Daardoor zal zij op een geautomatiseerde manier steeds gesproken ondertiteling bij nieuwe producties kunnen aanbieden. Dat zal bijvoorbeeld het geval zijn voor *Het Journaal* (Eén) en *Terzake* (Canvas).

EVOLUTIE 2012-2015

- De voorbije jaren zond VRT-Televisie verschillende fictiereeksen met audiodescriptie uit (norm: 1): 2012: 2, 2013: 3, 2014: 3 en 2015:3
- Bij vrijwel alle televisieprogramma's was gesproken ondertiteling beschikbaar (norm: 100%). Enkel wanneer ingebrachte ondertitels uitgezonden werden, kon gesproken ondertiteling niet aangeboden worden.

TOEGANKELIJKHEID OP DIGITALE PLATFORMEN

De VRT ontwikkelde in 2015 een beleidsplan ter versterking van de toegankelijkheid op de digitale platformen. Het bevat richtlijnen die nageleefd dienen te worden. Centraal in het plan staat dat de digitale platformen qua toegankelijkheid maximaal afgestemd moeten worden op het AnySurfer-label. Het beleidsplan is sinds eind 2015 van toepassing op alle nieuwe (of vernieuwde) websites en apps van de VRT.



Verschillende digitale platformen zijn in 2015 aangepast aan de toegankelijkheidsrichtlijnen: *StuBru.be*, *MNM.be*, *Canvas.be*, *Dewarmsteweek.stubru.be*, *Vivavlaanderen.radio2.be*, *Deredactie.be-app*, *Sporza Voetbal-app* en *Radioplus-app*.

De leesbaarheid op televisie en digitale platformen hangt onder andere af van lettertypes, kleur, achtergrond, beeldtaal en infografieken. Om die te verbeteren, volgden verschillende grafici een workshop daarover.

TOEGANKELIJKHEID VAN EVENEMENTEN EN OPNAMEN

De VRT maakte al haar evenementen en uitzendingen met publiek maximaal toegankelijk voor personen met een beperking. Bij evenementen werden bijvoorbeeld rolstoelplatformen en (waar mogelijk) aangepaste toiletten voorzien.

Verantwoordelijken voor publieksevenementen en -opnames hanteerden daarbij een toegankelijkheidschecklist (opgemaakt samen met Intro Events). De checklist werd in 2015 bij alle medewerkers die meewerken aan evenementen opnieuw onder de aandacht gebracht.

Omdat toegankelijkheid een centraal aandachtspunt is bij de producties bleef het aantal klachten over de toegankelijkheid beperkt.

TOEGANKELIJKE TAAL

Voor de VRT blijft de standaardtaal de norm. De omroep wil zijn aanbod ook zo toegankelijk mogelijk houden. Daarvoor is het belangrijk dat de programma's op een heldere en toegankelijke manier de Nederlandse taal gebruiken. Als dialect werd gebruikt in een programma om de herkenbaarheid zo natuurlijk mogelijk te hebben (bijvoorbeeld bij de fictiereeks *Bevergem* (Canvas)), dan zorgde de VRT voor een gepaste verstaanbare oplossing voor iedereen (het gebruik van ondertitels). De programmamakers vermeden, waar het kon, moeilijke woorden en zinsconstructies in de programma's en op de websites. Indien relevant gebruikten ze concrete voorbeelden om iets duidelijk te maken.

JONGEREN

De VRT moet alle bevolkingsgroepen bereiken, dus ook jongeren. In hun mediagebruik verschillen zij met de gemiddelde bevolking: zij kijken relatief minder televisie en luisteren minder radio, maar gebruiken relatief vaker de digitale media. Om in de toekomst relevant te zijn voor deze generatie, is het belangrijk dat de VRT haar aanbod via de nieuwe mediaplatformen verspreidt. (zie p. 58)

VRT-radio bereikt wekelijks gemiddeld 67,5% van de 12-24-jarigen.²⁵ De VRT had twee jongerenmerken: MNM (zie p. 38) en Studio Brussel (zie p. 40). Zij hanteerden een 360°-aanpak²⁶ waarbij jongeren bereikt werden met enerzijds radio-uitzendingen en anderzijds de digitale en sociale media. Van alle radiozenders bereikten MNM en Studio Brussel het

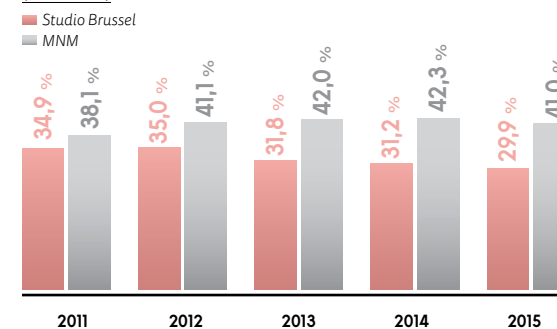
²⁵ De vermelde percentages staan voor absoluut weekbereik.
²⁶ Als een mediamerk een 360°-aanpak hanteert betekent dat dat merk op verschillende mediaplatformen aanwezig is om haar content te verspreiden.



D5R (Ketnet)

best jongeren, op weekbasis respectievelijk gemiddeld 41,0% en 29,9% van de 12-24-jarigen. Hun bereik bij jongeren werd ondersteund door het aanbod op hun websites en de sociale media (zie p.39+41).

EVOLUTIE GEMIDDELD WEEKBEREIK BIJ 12-24-JARIGEN (IN %) (2011-2015)



BRON: CIM-RADIOSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST

In het televisie-aanbod waren er verschillende programma's die extra aandacht hadden voor de herkenbaarheid bij jongeren. Op Eén was dat bijvoorbeeld het spelprogramma *Het sterkste netwerk*, de soap *Thuis* en de realityserie *Ja Jan*. In de webserie *Pitch* op *Canvas.be* presenteerden jonge bedenkers en startende ondernemers wekelijks hun eigen ideeën en creaties. Ketnet is gericht op kinderen, maar sommige programma's bereiken ook jongeren, zoals de reeks *D5R* en *Dance Academy* (op *Ketnet.be*).

Via VRT-Televisie bereikte de VRT wekelijks gemiddeld 62,1% van de 12-24-jarigen (ten opzichte van 67,7% in 2014).²⁷

JONG TALENT

De VRT gaf jongeren kansen om hun talent te tonen en te ontwikkelen. Enkele voorbeelden:

- > In *De nieuwe lichte* (Studio Brussel) presenteerden jongeren hun muziek aan een breed publiek. (zie p. 41)
- > *De zes/les six* (Cobra.be) liet jonge muzikanten hun visie delen over de prestaties op de Koningin Elisabethwedstrijd.

²⁷ Absoluut weekbereik.

- > De actie *Ervaring werkt!* van *Het grootste arbeidsbureau* (MNM) gaf jonge werkzoekenden de kans ervaring op te doen op de werkvloer. (zie p. 39)
- > Tijdens de *Rock'n Roll Radio Highschool* kregen jonge mediastudenten zes weken lang een masterclass in de MNM-studio's. Radio 2 organiseerde, samen met de RTBF en het Prins Filipfonds, de elfde editie van de reportagewedstrijd *Belgodysee*. Vanaf half oktober 2015 maakten 8 Vlaamse en 8 Franstalige studenten samen reportages. Claudia Frickel en Sophie Mergen wonnen de wedstrijd.

OVERLEG

De jongerenadviseur had geregeld overleg met jongeren(organisaties) en zetelde in de commissie jeugdinformatie van De Ambrassade. Met de verworven kennis kon de adviseur de VRT-netten informeren over de mediabehoefte van jongeren.

De VRT organiseerde verschillende projecten en evenementen over en met jongeren of werkte eraan mee. Enkele voorbeelden:

- > Het project *Frog Society* gaf aan zes jonge talenten coaching over werken in de media. Nadien kregen ze een functie of een opdracht aangeboden bij de omroep.
- > De VRT verzamelde 22 jongeren in een klankbordgroep *Watch 22*. Zij gingen in gesprek met leidinggevendenden, programmamakers, journalisten en andere VRT-medewerkers over actuele jongerenthema's.
- > De VRT werkte mee aan het EBU-project *Generation What?*, een multimediaproject van 14 openbare omroepen met een online enquête over het mediagebruik voor en door generatie Y (zie p. 28).
- > De omroep organiseerde *Camping VRT*. Dat project gaf 15 studenten de kans om in een multidisciplinair team onder begeleiding van VRT-journalisten, producers en grafici, de invulling van de informatieopdracht in een digitale context te herdenken (zie p. 95).
- > *Expeditie VRT* bracht studenten digitale media, informatica en communicatietechnologie op de VRT samen om op digitaal vlak inspiratie op te kunnen doen (zie p. 95).

Ook voor concrete programma's had de VRT geregeld overleg met jongerenorganisaties. Voor de reeks *D5R* (Ketnet) zorgde Awel voor inhoudelijke tips. *Mediawijs.be* bood ondersteuning bij de *Ketnet-aandacht* voor mediawijsheid, zoals in *de wrap* en via *Vet op het net* (op *Ketnet.be*).

VLAMINGEN IN HET BUITENLAND

Vlamingen in het buitenland konden kijken en luisteren naar (een deel van) het VRT-aanbod.

- > Radio-aanbod
 - Radio 1, Nieuws+, Radio 2, Klara, Klara continuo, MNM, MNM Hits, Studio Brussel en Ketnet Hits waren via het internet wereldwijd te beluisteren.
 - Radio 1 en Radio 2 waren via satellietontvangers te horen.
- > Televisie-aanbod
 - Verschillende programma's waren in het buitenland via de satellietzender BVN te bekijken.
 - Diverse programma's waarvan de VRT over de nodige rechten beschikte, waren te vinden op de VRT-websites (voor zover er geen technische belemmeringen waren).
- > Online-aanbod

Vlamingen in het buitenland konden alle berichten en filmpjes van alle VRT-websites raadplegen (tenzij de rechtenportefeuille dat niet toeliet).



BUITENLANDERS IN VLAANDEREN

De VRT bood een aanbod voor buitenlanders in Vlaanderen en Brussel (zoals buitenlandse studenten, expats en nieuwkomers): *Fans of Flanders*. Het bevatte een televisieprogramma en een digitaal aanbod. Voor *Fans of Flanders* werkte de VRT samen met verschillende partners, zoals expat-evenementen-organisaties (bijvoorbeeld Expatnations), culturele organisaties (bijvoorbeeld Toerisme Vlaanderen), internationale scholen en Vlamingen in het buitenland.

Fans of Flanders toonde de culturele diversiteit en eigenheid van Vlaanderen. Het Engelstalig aanbod had aandacht voor actuele gebeurtenissen, het dagelijks leven in Vlaanderen en Brussel, cultuur, taal, toerisme, economie, sport en levensgewoonten.

Na het stopzetten van OP12²⁸ werd het televisieprogramma in 2015²⁹ uitgezonden op Canvas en in herhaling op Eén.

De website Fansofflanders.be bevatte alle items van het televisieprogramma, nieuwsberichten afkomstig van Flandersnews.be, aanvullende achtergrondinformatie, filmpjes en informatie uit de leefwereld van expats. De VRT verspreidde het aanbod van de website via de sociale media.

Naast *Fans of Flanders* had de VRT nog ander andersstalig online-aanbod. Flandersnews.be (de Engelstalige versie van Deredactie.be), Flandreinfo.be (Frans) en Flanderninfo.be (Duits) boden algemeen nieuws en cultuur- en sportberichten (met video en tekst). Flanderstoday.eu publiceerde de berichten van Flandersnews.be. Daardaar.be bracht vertalingen van analyses op Deredactie.be.

²⁸ Het stopzetten van OP12 gebeurde in onderlinge afspraak tussen de VRT en de minister van Media, als gevolg van de opgelegde besparingen voor 2015.

²⁹ In 2015 ging het over 29 afleveringen.

1.4 SAMENWERKING

Aanpak belanghebbendenbeheer

De VRT wil met haar aanbod meerwaarde bieden voor de Vlaamse samenleving en mediagebruikers. Daarvoor werkt de omroep en zijn netten samen met tal van actoren, zoals maatschappelijke organisaties, de mediasector en diverse overheden en overheidsinstellingen.

- > De samenwerking met maatschappelijke organisaties situeerde zich in 2015 op verschillende domeinen, zoals cultuur (zie p. 28), muziek (zie p. 47), taal (zie p. 83), diversiteit (zie p. 22), educatie, recreatie, milieu, zorg en sport (zie p. 67).
- > De omroep versterkte de mediawijsheid bij sommige bevolkingsgroepen, in overleg met belanghebbenden uit het middenveld, het onderwijs en onderzoeksinstellingen. Dat gebeurde bijvoorbeeld voor projecten als Nedbox (gericht op anderstaligen om Nederlands te leren, zie p. 69) en Actua in de klas (voor het gebruik van audiovisueel materiaal in educatieve context, zie p. 29). De VRT organiseerde samen met experts uit de onderwijs- en de mediasector workshops over digitale geletterdheid.
- > Samen met VDAB, Adecco, Voka en Unizo organiseerde de VRT de jaarlijkse actie *Ervaring werkt!* ter bevordering van jeugdwerkstelling.

Dienstverlenende organisatie

De VRT is een dienstverlenende organisatie. Zij speelt een belangrijke rol in het stimuleren van het brede maatschappelijke debat. De openbare omroep neemt dan ook een bijzondere positie in de samenleving in. Hij heeft een plaats in het leven van alle Vlamingen en dit over de verschillende generaties heen.

Dat uit zich enerzijds in een kwaliteitsvol en onderscheidend aanbod dat bijdraagt aan het maatschappelijk en pluralistisch debat in de samenleving. In voorliggend jaarverslag wordt dit op verschillende plaatsen geïllustreerd.

Anderzijds toont het dienstverlenend karakter van de VRT zich ook in de samenwerking met:

- > andere maatschappelijke actoren om maatschappelijke thema's op de kaart te zetten
- > (bijvoorbeeld: de samenwerking onderwijsor-

ganisaties (o.a. in het kader van mediawijsheid, zie p. 69) en de samenwerking van de VDAB en werkgeversorganisaties voor *Het grootste arbeidsbureau van de wereld* (MNM) (zie p. 39));

- > andere mediaspelers om het lokale ecosysteem te versterken (zoals met andere omroepen (zie hieronder) en externe productiehuisen (zie p. 89)).

Samenwerkingsverbanden

OMROEPEN

- > De VRT overlegde in 2015 twee keer met programma-aankopers van het kindernet z@ppelin van de Nederlandse Publieke Omroep (NPO), over nieuwe aankopen, samenwerkingen voor het inspreken van anderstalige reeksen (dubben) en het lanceren van nieuwe reeksen.³⁰ De VRT en de NPO waren coproductanten voor de kinderfictiereeksen *De zoon van Artan*, *Trollie* en *Capsclub*. De omroepen werkten samen voor het quizprogramma *Superbrein* en de animatiefilm *Little Houdini*. De VRT en de NPO werkten bij het aankopen van enkele films (zoals *De gouden gans* en *Het stenen hart*), samen voor het dubben. Op innovatievlak had de VRT overleg met de NPO over verschillende projecten, zoals de online videoplatformen en de toegankelijkheidsinitiatieven (ondertiteling, gebarentaal, audiodescriptie).



▲ De zoon van Artan

- > De VRT overlegde met de RTBF op structurele basis. Programmaschema's en ervaringen worden daarbij uitgewisseld. Ketnet gaf twee workshops aan RTBF-medewerkers over de visie en strategie van Ketnet.

³⁰ De gedubde programma's die overgekocht werden van de Nederlandse Publieke Omroep waren de animatierreeks *Lassie* (ZDF Enterprises), de poppenanimatierreeks *Bruine beer in het blauwe huis* (The Walt Disney Company) en de poppenanimatierreeks *Q-Poedles* (ZDF Enterprises).

BVN & BVN LIVE



Het Beste van Vlaanderen en Nederland (BVN) is de publieke televisiezender voor Nederlanders en Vlamingen in het buitenland. BVN zendt enkel Nederlandstalige producties van de Vlaamse en Nederlandse publieke omroepen uit.

Het aanbod van BVN bestaat uit een selectie van actuele VRT- en NPO-programma's (nieuws- en duidingsprogramma's, programma's met aandacht voor cultuur, maatschappelijke en toeristische onderwerpen en kinderprogramma's). Vlamingen in het buitenland konden zo o.a. kijken naar *Het Journaal*, *De zevende dag*, *Iedereen beroemd*, *Beroepen zonder grenzen*, *Broodje kaas*, *De afspraak*, *Luchthaven 24/7*, *Blokken, T.*, *Ten oorlog en Vlaanderen feest*.

BVN startte op 17 december met een onlineversie van de satellietzender: BVN Live. In de voorafgaande proefperiode (vanaf de zomer) optimaliseerde BVN de techniek en peilde het naar de reacties



van de kijkers. Zij konden voortaan overal ter wereld via het internet de BVN-uitzendingen live volgen en (gratis) kijken naar een aanbod-op-aanvraag (voorlopig alleen Nederlandse programma's).

Het beste boek
(Radio 1)



nada en Nieuw-Zeeland. De VRT werkte daarvoor samen met buitenlandse omroepen zoals BBC, ITV, Sky, Channel 7 en ZDF.

- > Met de andere EBU-omroepen werkte de VRT samen voor het Eurovisiesongfestival.
- > De VRT werkte samen met verschillende andere openbare omroepen voor het project Generation What?. Dat moet, in de loop van 2016, uitmonden in een online bevraging bij jongeren naar hun mediagebruik.

CULTUUR

De VRT werkte als grootste culturele instelling van Vlaanderen samen met andere cultuurpartners. Enkele voorbeelden:

- > De Canvasconnectie organiseerde een cultuuravond met en over Stan Douglas in deSingel en een over Otobong N’Kanga in het MUHKA.
- > Voor *De Nada*, een project van Daan, werkte Canvas samen met het Concertgebouw Brugge.
- > Canvas gaf een Canvasprijs op de filmfestivals Mooov, Docville en het Kortfilmfestival Leuven.
- > Ketnet werkte samen met Jeugdfilmfestival Antwerpen, waarbij het net onder andere redactionele aandacht had voor de vertoonde jeugdfilms.
- > De VRT-netten hadden naar aanleiding van De Boekenbeurs van Antwerpen, aandacht voor literatuur. De actie *Het beste boek* (Radio 1) kwam tot stand in samenwerking met Knack, Vlaams-Nederlands huis deBuren en de Koninklijke Academie voor Nederlandse Taal- en Letterkunde.
- > Radio 2 was partner van Muntpunt bij het luisterfestival Zwijgstil over het belang van geluid, in het bijzonder voor luisteraars met een beperking.
- > De regionale redacties van Radio 2 werkten samen met verschillende regionale actoren, zoals Westtoer, het Centrum Ronde van Vlaanderen, Toerisme Limburg en Museum M.
- > Radio 1 werkte samen rond een aantal maatschappelijke thema’s met verschillende externe partners, zoals 30CC, De Taalunie, De Standaard en het Theaterfestival. Klara had als cultuurzender met tal van culturele organisaties en instellingen samenwerkingen, zoals STUK, De Warande, NT Gent en de Munt. Studio Brussel werkte met verschillende culturele actoren samen, zoals de Kunstbende.

De VRT en de RTBF waren coproductoren voor de Lotto- en Jokertrekking, het Kerstpaleisconcert, het Nationaal defilé en de Koningin Elisabethwedstrijd. *Vlaamse kaai* op Arte Belgique³¹ bracht een selectie uit het VRT-cultuuraanbod.

De VRT werkte met de RTBF (en andere Belgische omroepen en distributiebedrijven) ook samen rond sport. (zie p. 67)

- > De VRT-nieuwsdienst werkte regelmatig samen met regionale en internationale omroepen over concrete gebeurtenissen. Voor buitenlandse berichtgeving deed VRT Nieuws ook een beroep op NOS-correspondenten. Binnenlandse nieuwsberichten werden gedeeld met de regionale omroepen en de EBU-omroepen.
- > Verschillende kleine omroepen hebben een sterke innovatiekracht in digitale content en ontwikkeling. De VRT zocht samenwerking met hun om de krachten te bundelen. Zij stond ook mee aan de basis van het “digital committee” van de EBU dat gelijkgezinde Europese publieke omroepen samenbrengt. De omroep is een voortrekker van een Europees netwerk van Innovatielabs van publieke omroepen (RTBF, de Ierse RTE, de Scandinavische SR, NRK, DR en de Spaanse TVE). De VRT startte een kennisuitwisselingstraject met RTE over online videospelers en digitale organisatie.
- > De VRT, het productiehuis Czar en de BBC werkten samen voor de productie van de fictiereeks *The Missing II* (een vervolg op *The Missing I*). De VRT had in 2014 een coproductieovereenkomst gesloten met Potemkino (Vlaamse producent) en Trixter (Duitse animatiestudio) voor de productie van de animatiereeks *The Baron*. Voor de uitvoering ervan startte de omroep in 2015 onderhandelingen met de Duitse Omroepen ARD en WDR.



The Missing
(een coproductie van de VRT, Czar en BBC)

- > Op 9 juli 2015 zond Canvas de 30.000ste Last Post-ceremonie rechtstreeks uit vanuit Ieper, Groot-Brittannië, Duitsland, Frankrijk, India, Ca-

³¹ De RTBF was de zendgemachtigde van Arte Belgique voor België. De samenwerking met de VRT voor *Vlaamse kaai* werd in juni 2015 stopgezet.

In de programma’s op radio en televisie werd vaak verwezen naar culturele evenementen in Vlaanderen en Brussel. Alle VRT-websites hadden een link naar Uit in Vlaanderen (van de Vlaamse overheid). Aan de hand van mediaruilovereenkomsten gaven de VRT-netten advertentieruimte aan een diversiteit van partners.

Verschillende cultuurhuizen plaatsten op hun website VRT-berichten, zoals De Koninklijke Vlaamse Beursschouwburg (een thema-module met fragmenten uit de voorbije decennia over voorstellingen in dit cultuurhuis) en AMUZ (voor de tentoonstelling Petrus Alamire met fragmenten uit een reportage).

Meer informatie over het cultuuraanbod: zie p. 64.



ONDERWIJS

De VRT had samenwerkingsverbanden met diverse publieke en private partners zoals het Departement Onderwijs, de Vlaamse Onderwijsraad, het Agentschap voor Onderwijscommunicatie en het Instituut voor Beeldende, Audiovisuele en Mediakunst. De omroep werkte onder andere samen met de Koning Boudewijnstichting en de Vlaamse Scholierenkoepel (voor het project School van de toekomst), het Vlaamse Kenniscentrum voor Mediawijsheid (voor het platform Mediawijs.be), het Centrum voor Taalonderwijs van de KU Leuven (voor het project Nedbox), het Vlaams Instituut voor Audiovisuele Archivering, uitgeverij Plantyn en videoplatform (voor het project Actua in de klas) en het onderzoekscentrum MICT van UGent (voor het project AdLit).

MNM bood met Rock’n Roll Radio Highschool

‘De VRT werkt samen met culturele en maatschappelijke organisaties, de mediasector, diverse overheidsinstellingen en tal van andere actoren.’

studenten met radiotalent (van Howest, Rits, Hogeschool PXL, Hogeschool Thomas More, Artesis Plantijn Hogeschool Antwerpen en Arteveldehogeschool) een kans om radio te maken.

ANDERE ORGANISATIES

De VRT was partner voor niet-commerciële organisaties. Zo werd samengewerkt met sportfederaties (zie p. 67).

- > Niet-commerciële actoren zoals scholen, verenigingen en onderzoeksgroepen konden een beroep doen op audiovisueel VRT-materiaal met betrekking tot kennis en wetenschap. De Canvas-reeks *Wetenschap redt de wereld* werd herwerkt voor educatief gebruik en aangeboden aan leraars en leerlingen uit het middelbaar onderwijs in het kader van het VRT-Sandbox-project *Actua in de klas*. Aansluitend organiseerde Canvas, op de Dag van de Wetenschap, een debat over wetenschap (zie p. 53). Het televisiejournaal voor kinderen (*Karrewiet*) werd als digitaal oefenmateriaal aangeboden aan leerlingen van het langer onderwijs (ook voor *Actua in de klas*).
- > Tal van organisaties brachten een bezoek aan de VRT-nieuwsdienst, zoals Scouts en Gidsen Vlaanderen, het Vlaams Netwerk voor Ondernemingen, het Verbond van Belgische Ondernemingen, UZ Gent, Bayerische Rundfunk en SRG SSR (nationale omroep van Zwitserland). De deelnemers kwamen in contact met VRT-journalisten en kregen toelichting over de visie van de hoofdredactie. Woordvoerders van Vlaamse bedrijven, organisaties, middenveld en overheden werden uitgenodigd voor een bezoek aan de VRT-Nieuwsdienst, een rondleiding, een gesprek met experts en een mediatraining.
- > Al het audiovisueel materiaal van de VRT-websites stond via een embedcode voor iedereen ter beschikking die het wou gebruiken op een eigen website (voor zover het toegelaten was door de gebruiksvoorwaarden en -rechten).

HET AANBOD

#2



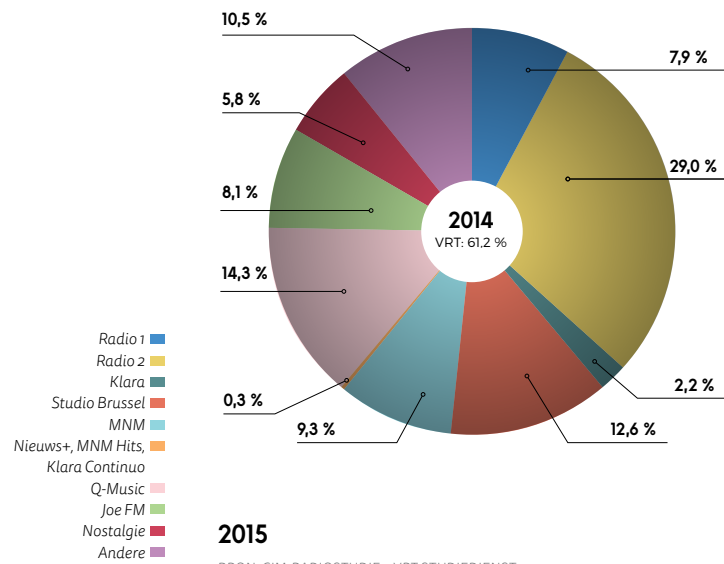
2.1 RADIO-AANBOD

RADIO LUISTEREN IN VLAANDEREN

Gemiddeld 78,1% van de Vlamingen luisterde dagelijks naar de radio. Dagelijks stemde 54,1% van de Vlamingen af op minstens een van de VRT-radionetten³². Het marktaandeel van de VRT bedroeg 62,1% (ten opzichte van 61,2% in 2014).

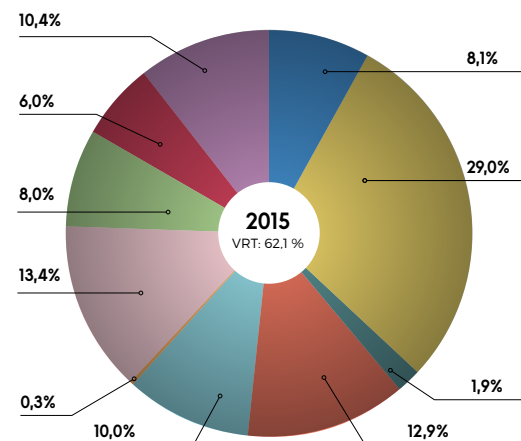
MARKTAANDELEN RADIO (IN %)

2014



2015

BRON: CIM-RADIOSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST



LUISTEREN NAAR VRT-RADIO

De VRT-radionetten bereikten in 2015 samen dagelijks gemiddeld 2.964.195 Vlamingen³³.

Alle radionetten wilden maatschappelijke impact creëren (zoals Radio 1 met #bel10 en alle zenders met #opdevlucht), digitaal relevant zijn (zoals MNM met GenerationM.be en Radio 2 met Aha.radio2.be) en kwaliteit en diversiteit realiseren (zoals met een actie rond rolstoeltoegankelijkheid van Radio 2).



▲ MNM viert De dag van de luisteraar.

'De VRT-radionetten bereikten samen dagelijks bijna 3 miljoen luisteraars.'

³² Populatie is bevolking in de Vlaamse Gemeenschap van 12 jaar of ouder volgens CIM-criteria.

³³ Vlamingen van 12 jaar of ouder (conform CIM-cijfers voor radiobereik).

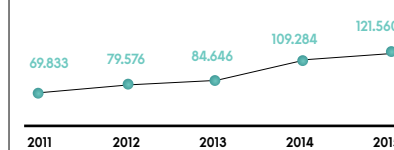
INTERNETRADIO



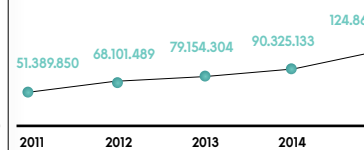
Via het internet luisterden gemiddeld per dag ruim 142.000 personen naar VRT-radio (+30,4% ten opzichte van 2014 of +104,1% ten opzichte van 2011). Zij luisterden samen bijna 125 miljoen uur naar VRT-Radio (+38,2% ten opzichte van 2014 of +143,0% ten opzichte van 2011). Studio Brussel (41.004) en Radio 1 (26.354) hadden de meeste online luisteraars per dag.

Via het eigen radioplatform Radioplus luisterde, variërend per net, ongeveer een derde van de online-luisteraars. Het radioplatform (dat ook beschikte over een mobiele app) bevatte naast informatie over de muzikanten, de artiesten en de programma's ook weers- en verkeersinformatie.

EVOLUTIE GEMIDDELD AANTAL INTERNETLUISTERAARS PER DAG (2011-2015)
BRON: SAWMILL - VRT-STUDIEDIENST



EVOLUTIE AANTAL BELUISTERDE UREN VIA INTERNET (2011-2015)
BRON: SAWMILL - VRT-STUDIEDIENST



GEMIDDELD AANTAL INTERNET-LUISTERAARS PER DAG IN 2014 EN 2015

	2014	2015
Radio 1	21.422	26.354
Radio 2	17.680	25.396
Klara	5.880	7.585
Studio Brussel	32.696	41.004
MNM	17.815	22.800
Klara continuo	2.928	3.829
MNM Hits	5.810	7.860
Ketnet Hits	3.055	6.068
Sporza	1.988	1.651
TOTAAL³⁴	109.274	142.547

BRON: SAWMILL - VRT-STUDIEDIENST

TOTAAL AANTAL UREN BELUISTERD VIA INTERNET IN 2014 EN 2015

	2014	2015
Radio 1	15.043.657	19.619.685
Radio 2	17.667.615	25.309.480
Klara	3.400.171	4.775.934
Studio Brussel	32.459.084	46.051.122
MNM	14.012.408	19.418.713
Klara continuo	2.258.241	2.790.378
MNM Hits	4.198.836	5.674.569
Ketnet Hits	532.250	669.266
Sporza	752.871	554.413
TOTAAL	90.325.133	124.863.560

BRON: SAWMILL - VRT-STUDIEDIENST

³⁴ Dit totaalcijfer is het niet-ontdubbeld totaalcijfer. Dat wil zeggen dat luisteraars die naar verschillende VRT-radiozenders luisterden, twee keer werden geteld. Vanaf 2015 is ook een ontdubbeld totaalcijfer beschikbaar (121.560). Omwille van de vergelijkbaarheid wordt in de grafiek en tabel het niet-ontdubbeld cijfer behouden.

DE WARMSTE WEEK VAN MUSIC FOR LIFE



De warmste week van Music for Life werd vanaf 2015 een omroepbrede actie waar alle VRT-netten aan deelnamen. De baseline van de actie was "Iedereen zorgt voor iedereen".

In Vlaanderen werden ongeveer 3.400 acties gehouden voor meer dan 1.000 goede doelen. Voor de criteria, de toekenningen en de financiële opvolging werd een beroep gedaan op de Koning Boudewijnstichting.

Studio Brussel zond *De warmste week* uit vanuit De Schorre in Boom. Meer dan 50.000 Vlamingen bezochten het evenement. In de vijf provinciehoofdsteden namen meer dan 25.000 lopers deel aan de Warmathons. Op 24 december zonden Radio 1, Radio 2, MNM en Studio Brussel de hele dag eenzelfde programma uit.

Enkele speciale acties:

- Een gelegenheidsgroep De Bevergem Band trad op ten voordele van Unicef België.
- Radio Gaga (Canvas) organiseerde een kerstfeest in Villa Voortman (een psychiatrisch centrum) met verzoekplaten van bezoekers en optredens van artiesten.
- Verschillende acteurs van *Thuis* brachten diverse goede doelen onder de aandacht van de Eén-kijkers. Die konden samen naar een speciale *Thuis*-avond in een tent in Leuven.
- *Muse for Life* was een Music for Life-concert ten voordele van Artsen zonder grenzen.



RADIO 1

Altijd benieuwd



MISSIE

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



Informeren vormt de basisopdracht van Radio 1. Het net had in 2015 daarvoor vaste afspraakmomenten (de nieuws- en duidingsprogramma's) en extra uitzendingen (zoals specials en gelegenheidsprogramma's, zie p. 61). De duidingsprogramma's *De ochtend* en *De wereld vandaag* volgden de actualiteit en gaven duiding bij de grote nieuwsmomenten. Op zaterdag informeerde *Bonus* de luisteraar over de actualiteit van de voorbije en komende week. Als actuaazender had Radio 1 aandacht voor sport (zie p. 67).

Maatschappelijke thema's zoals milieu, zorg, welzijn, gezondheid en wetenschap kwamen aan bod in verschillende programma's zoals de duidingsprogramma's, het debatprogramma *Hautekiet*, *Nieuwe feiten* (met informatie die buiten de reguliere nieuwsuitzendingen valt) en *Interne keuken* (met gesprekken over wetenschappelijke, maatschappelijke en culturele thema's). De reeks *Holland-België* zocht naar de gelijkenissen en de verschillen tussen Nederland en België.

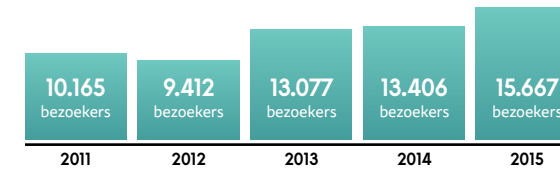
Radio 1 had aandacht voor cultuur in bijna alle programma's. *Bar du matin* was een programma dat volledig in het teken stond van de culturele agenda. In 2015 waren er acht uitzendingen vanop culturele evenementen (zoals *Europalia* in Bozar en het kunstfestival *Watou*). *Touché* had wekelijks een uitgebreid gesprek met een centrale gast (vaak uit de cultuursector) over zijn leven en werk.

Het muziekaanbod bestond naast pop- en rockmuziek uit folk, blues, jazz en wereldmuziek. Radio 1 had daarbij aandacht voor Vlaamse en Nederlandstalige muziek (zie p. 44). De muzikale verscheidenheid werd tijdens weekdays versterkt in *Ayco* en *Wonderland*. *Time out* had aandacht voor jazz, *Faktor 50* voor mediterrane muziek en *Alderweireld* voor dansbare wereldmuziek. Radio 1 bracht een reeks en een muziekevenement (in de Marconi-studio) over de muzikale invloed van Billie Holiday (naar aanleiding van de 100ste geboortedag van de zangeres).

DIGITAAL AANBOD

- > Het radioprogramma *Hautekiet* steunde voor een belangrijk deel op de reacties van de luisteraars die onder andere via de sociale media werden gestuurd. Bij evenementen (zoals de *Radio 1-sessies* en *Het land van de nieuwsgierigheid*) en nieuwe programma's (zoals de quizreeks *Watskeburt*) was er steeds een digitaal luik.
- > Het aantal bezoekers van Radio1.be steeg met 16,9% (ten opzichte van 2014) tot gemiddeld 15.667 unieke bezoekers per dag.
- > Het aantal Facebookfans steeg tot 39.209 eind 2015 (of +24,1% ten opzichte van eind 2014). Het aantal Twittervolgers steeg tot 45.367 eind 2015 (of +23,7% ten opzichte van eind 2014).

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR RADIO1.BE (2011-2015)



BRON: CIM-INTERNETSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST

EVENEMENTEN & ACTIES

Enkele voorbeelden:

- > #Bel10 gaf een forum aan de ideeën van Vlamingen over "de samenleving van morgen". 1.200 personen stuurden beleidsvoorstellen rond 10 thema's in. 100 luisteraars gingen in debat met experts en beleidsmakers en namen deel aan workshops. Naast live-uitzendingen vanuit een pop-upcafé in Brussel bevatte de actie een digitaal platform en een digitaal boek.
- > *Heerlijk helder* van *Hautekiet* had aandacht voor duidelijk communiceren. Luisteraars gaven (onder andere via de sociale media) voorbeelden van onhelder taalgebruik. De actie leidde tot concrete resultaten (zoals aanpassingen aan het aanslagbiljet van de personenbelasting en de tekst van het proces-verbaal voor snelheidsovertreders).
- > *Hautekiet* bood, in samenwerking met De Standaard en de Taalunie, een online taalttest. Die werd meer dan 200.000 keer ingevuld.
- > In samenwerking met de Vlaamse Stichting Verkeerskunde bood *Hautekiet* een online verkeerstest.
- > *Hautekiet* lanceerde het e-book "zeimijnmoeder-altijd", een verzameling van 100 uitspraken van (groot)moeders.
- > Samen met Boek.be plaatste Radio 1, naar aanleiding van de Herman De Coninck-prijs, vijf gedichten in vijf Vlaamse steden.



'De basisopdracht van Radio 1: informeren.'

- > *Viva Verhulst* was een gelegenheidsprogramma voor Dimitri Verhulst, die zelf instond voor het boekenweekgeschenk.
- > *Reis rond de wereld* had op Hemelvaartsdag aandacht voor muziek uit alle continenten.
- > De stad Leuven vierde in 2015 150 jaar bibliotheek en 15 jaar Tweebronnen. Samen met Bib en 30CC Leuven organiseerde Radio 1 *Het land van de nieuwsgierigheid*: een festival met aandacht voor literatuur, wetenschap, sport en maatschappelijke thema's. Arnon Grunberg was de centrale gast.



Het land van de nieuwsgierigheid

- > In samenwerking met de Koninklijke Academie voor Nederlandse Taal- en Letterkunde zocht Radio 1 naar *Het beste boek* in de Nederlandstalige literatuur in de voorbije 25 jaar. Dat gebeurde in een gelegenheidsprogramma dat twee weken liep tijdens de Boekenbeurs van Antwerpen. De luisteraars kozen 'Oorlog en terpentijn' (Stefan Hertmans) als 'beste boek'.
- > Radio 1 zond de eindejaarsconference *Van Peel overleeft 2015* uit.

RADIO 2

De grootste familie. Altijd dicht bij jou.



▲ Zomerhit

MISSIE

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



De regionale redacties boden de Radio 2-luisteraars nieuws uit de eigen regio. Vanaf eind februari stopte de regionale ontkoppeling tussen 16 en 18 uur, als gevolg van besparingen. Het nieuwe programma *Spits met David* bleef aandacht hebben voor nieuws uit de verschillende Vlaamse regio's. Om 16, 16.30 en 17.30 uur bleef Radio 2 per provincie aparte regionale nieuwsbulletins uitzenden. De programma's *Start je dag* (6-8 uur) en *Middagpost* (12-13 uur) bleven regionaal ontkoppeld.

Versillende regionale nieuwsdossiers stroomden door naar de nationale media (zoals Radio 2 West-Vlaanderen met een bevraging over parkeertarieven en de administratieve overlast voor jeugdbewegingen). Elke regio bood ook reeksen over regionale thema's (zoals Radio 2 Limburg over één jaar na de sluiting van Ford Genk).

Versillende programma's hadden aandacht voor maatschappelijke thema's. Zo bevatte *De madammen* diverse items over onder andere zorg voor ouderen (naar aanleiding van de Dag van de zorg), de toegankelijkheid van Vlaamse steden voor rolstoelgebruikers (met een app *On wheels*³⁵ die op een gebruiksvriendelijke manier via mobiele toestellen informatie gaf) en thuiswerken. *Voor altijd* was een reeks in het kader van 'de dood'. Praktische en emotionele aspecten die gepaard gaan met overlijden kwamen aansluitend ook aan bod in *De inspecteur*, *De madammen* en de regionale programma's. Andere onderwerpen in *De inspecteur* waren bijvoorbeeld: de ergernissen van consumenten, cyberveiligheid en (hernieuwbare) energie (met reportages, een enquête bij de luisteraars en een energie-evenement in Blankenberge).

Classics vormden de leidraad in de muziekprogrammatie, dat ook aandacht had voor Nederlandstalige en Vlaamse muziek. Radio 2 draaide de keuze van de luisteraar tijdens *De week van de jaren 70*, *Vraag het aan* (een week met enkel verzoeknummers) en *De 1000 klassiekers*.

³⁵ Radio 2 was mediapartner voor de app van On Wheels.

'Radio 2 biedt nieuws uit de Vlaamse regio's.'

DIGITAAL AANBOD



- > Radio 2 lanceerde Aha.radio2.be als digitaal platform met creatieve ideeën en praktische informatie bij het dagelijkse leven. De tips werden ook verspreid via de sociale media. De website bereikte gemiddeld 3.370 unieke bezoekers per dag³⁶.
 - > Vivavlaanderen.be (zie p. 45) bood muziekfragmenten van 60 Vlaamse artiesten³⁷. Het platform had een eigen Facebookpagina.
 - > Radio2.be haalde gemiddeld 12.430 unieke bezoekers per dag (+1,1% ten opzichte van 2014).
 - > Het bereik van Radio 2 via de sociale media nam toe. Eind 2015:
 - op Facebook: 53.975 fans (+72,3% ten opzichte van eind 2014)
 - op Twitter: 4.475 volgers (+53,3% ten opzichte van eind 2014)
- De regionale programma's verhoogden het aantal berichten op hun eigen Facebookpagina's.

De Préhistorie Live-fuiven



³⁶ Periode: 4 juli (startdatum) – 31 december 2015; bron: Comscore

³⁷ 176 unieke bezoekers per dag (periode: 29 juni (startdatum) – 31 december 2015) (bron: Comscore).

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR RADIO2.BE (2011-2015)



BRON: CIM-INTERNETSTUDIE – VRT-STUDIEDIENST

ACTIES EN EVENEMENTEN

Enkele voorbeelden:

- > Naar aanleiding van Wereldklimaatdag vroeg Radio 2 aan Urbanus om een actuele versie van zijn nummer *De wereld is om zeep* te maken.
- > In aanloop van de 1000 klassiekers bracht Radio 2 1000 klassiekers on tour, vier live-uitzendingen vanuit Brussel, Leuven, Mechelen en Roeselare.
- > Op het muziek-evenement *Zomerhit* traden tal van Vlaamse artiesten op. De show was ook te zien op Eén.
- > *De Eregalerij* (opgezet in samenwerking met Sabam) eerde de Vlaamse artiesten Dani Klein en Roland Van Campenhout en de liedjesschrijver Roland Verlooven.
- > Radio 2 ging een week lang "terug naar de jaren 90" met muziek uit dat decennium en nieuwe afleveringen van oude programma's (*Het eenzame hartenbureau*, *Ochtendkuren*, *Funiculi Funicula*, *Bistro en co*, *Broccoli* en *Het boerenparlement*).
- > Naar aanleiding van de veertigste verjaardag van de premetro in Antwerpen zond Radio 2 op 25 maart een hele ochtend uit vanop een tram.
- > *De Préhistorie Live-fuiven*.

MNM*Music and More. Zoveel meer dan de hits.***MISSIE**

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



MNM richt zich als instapradio op jongeren en nieuwe Vlamingen. Het onderscheidt zich van andere Vlaamse muziekzenders die hitmuziek brengen, onder andere door zijn informatie-aanbod en door de aandacht voor maatschappelijke thema's, debatten en acties op maat van jongeren.

Het nieuws op MNM is afgestemd op jonge luisteraars. Gebeurtenissen en thema's uit de actualiteit kwamen aan bod in *De grote Peter Van de Veire ochtendshow* en *Planeet De Cock*. In thematische uitzendingen ging aandacht naar onderwerpen uit de actualiteit (zoals *De week van het bos* en *Less we can* (met tips over hoe om te gaan met de economische crisis)).

UrbaNice en *Generation M* bespraken maatschappelijke thema's (zoals seksualiteit, vluchtelingen en leven met een beperking). In diverse programma's was er geregeld aandacht voor diverse sporten. *Tour of Beauty* belichtte de gebeurtenissen in de Tour de France.

MNM bood hitgevoelige muziek en urban music. Het net steunde jong Vlaams muzikalent via projecten als *Start to dj* (een zoektocht naar dj-talent) en liftconcerten (live-optredens in *De grote Peter Van de Veire ochtendshow*). *Lost Frequencies Party* was vanaf het najaar een muziekprogramma genoemd naar de dj die het programma presenteerde. Reguliere hitlijsten waren te horen in *Ultratop50*, *MNM Dance50* en *Urban50*, occasionele hitlijsten in onder andere *Teens500*, *Fan500* en *MNM1000*.

MNM HITS

MNM Hits bracht non-stop een muziekstroom van de actuele hits. De programmatie werd afgestemd op de speciale "muziekweken" van MNM, zoals *MNM1000*, *MNM Back to the 90's & Nillies*, *Fan500* en *Teens500*. In het weekend werd *MNM50* en *Ultratop50* uitgezonden. MNM Hits zond tijdens de eindejaarsperiode *MNM Xmas-hits* uit. MNM Hits bereikte gemiddeld 13.764 luisteraars per dag (ten opzichte van 10.719 in 2014).³⁸

DIGITAAL AANBOD

Om jongeren te bereiken was het belangrijk dat MNM ook aanwezig was op de digitale platformen.

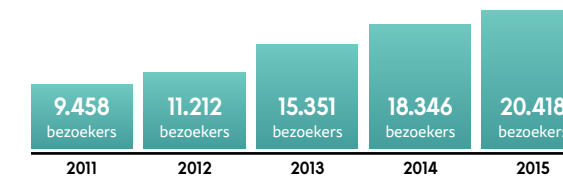
- > In 2015 vernieuwde MNM zijn website. MNM.be bereikte 20.418 bezoekers per dag (11,3% meer dan in 2014).
- > Het online nieuwsformat *Ninja Nieuws* bood via de sociale media korte nieuwsfragmenten op maat van jongeren.

³⁸ Via alle digitale kanalen zoals internet, DAB, DVB-T en digitale televisie. (bron: CIM)

'Ninja Nieuws bood via de sociale media korte nieuwsfragmenten op maat van jongeren.'

- > Via de sociale media kwamen de meningen van de luisteraars aan bod in programma's zoals *Big Hits* en *Planeet De Cock*. Het aantal Facebookfans steeg eind 2015 tot 176.382 (+19,1% ten opzichte van eind 2014). Het aantal volgers op Twitter nam toe tot 89.809 (+31,3% ten opzichte van eind 2014). Het aantal volgers op Instagram steeg tot 27.676 (+290,0% ten opzichte van eind 2014).
- > Als aanvulling bij het radioprogramma *Generation M* lanceerde MNM *GenerationM.be*, een digitaal platform over jongerenthema's (zoals seksualiteit en gezondheid). De website bood ruimte aan interactie en co-creatie. De subsite haalde gemiddeld 7.779 unieke bezoekers per dag.³⁹

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR MNM.BE (2011-2015)



BRON: CIM-INTERNETSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST

De liftconcerten



³⁹ Periode: 29 oktober (startdatum) - 31 december 2015; bron: Comscore

ACTIES & EVENEMENTEN

- > MNM ondersteunde Vlaamse artiesten en muziekevenementen, bijvoorbeeld met *UrbaNice Party* en de aandacht voor festivals (zoals *Summerfestival*, *Daydreamfestival* en *Genk on Stage*).
- > De luisteraars bepaalden de platenlijsten van de "muziekweken" zoals *Back to the 90s & Nillies* en *MNM1000*.
- > Tijdens *Sing Your Song Live* konden luisteraars hits meezingen met een liveband.
- > Verschillende acties en evenementen hadden aandacht voor jongerenthema's. Enkele voorbeelden:
 - Met de actie *Meer doen met minder* had MNM een hele week aandacht voor besparingstips in het leven van jongeren en huishoudens.
 - Jongeren kregen tijdens *Marathonradio* studietoelagen en ontspanningstips. Uit onderzoek bleek dat het zelfvertrouwen en welbevinden van jongeren die naar de uitzending luisterden toenam.
 - *De langste liefde* besteedde 100 uur lang aandacht aan de liefde en vriendschap bij jongeren.
 - *De strafste school* ging voor het vijfde jaar op rij op zoek naar "de meest inventieve, sociaal geëngageerde en hartverwarmende middelbare school van Vlaanderen". Tientallen scholen namen deel (*PTS Mechelen* won).
 - *Het grootste arbeidsbureau van de wereld* vormde een brugfunctie tussen werkzoekenden en werkgevers. VDAB, VRT, VOKA, Unizo en Adecco werkten samen voor de actie *Ervaring werkt* die jongeren en bedrijven informeerde over "leren op de werkvloer".
 - De wedstrijd *Wat is je ideale lichaam?* (opgezet samen met *Sensoa* en *Mediaraven*) riep jongeren op te vloggen over 'schoonheidsidealen en media'.
 - MNM promoveerde sporten en beweging door een aantal sportevenementen te ondersteunen, zoals de fietsbeurs *Velofollies* en de loopwedstrijd *Wings for Life*. Het net organiseerde een eigen fietstocht tijdens *MNM Beach Bike*.
 - MNM had in oktober twee weken lang aandacht voor het verkeer. Tijdens *De verkeersweken* sensibiliseerde het net twee weken over fietsveiligheid.
 - Tijdens *De dag van de luisteraar* bood MNM met de actie *Pop Up Store* drie luisteraars de kans hun nieuwe onderneming en hun ondernemerschap toe te lichten.

STUDIO BRUSSEL

Life is music

MISSIE

Studio Brussel stimuleert een actieve muziekbeleving als motor van een avontuurlijk leven en een eigenzinnige kijk op de wereld.



▲ De nieuwe lichting



Muziek staat centraal bij Studio Brussel. Naast de langer lopende muziekprogramma's (zoals *Duyster* (met intimistische muziek), *De zwaarste show* (metal), *Lefto* (urban en worldgrooves) en *TLP* (drum'bass, hip hop, urban)) bood *Zender* vanaf 2015 tijdens weerkavonden een divers muziekaanbod met aandacht voor Vlaams talent. In *On Stage* stond live muziek centraal. Verschillende dj's kregen in het weekend een eigen programma: *Discobaar A Moeder*, *Goe Vur in den Otto*, *Goldfox*, *Stavroz* en *Sheridan*. *De Mixx* gaf elke week onbekende jongeren een kans om hun dj-talent te tonen. In *All Night Long* maakten een dj en zijn gasten een hele nacht radio. Een centrale gast liet zijn favoriete muziek horen in *Lemaire luistert*. Vanop verschillende festivals (Extrema, Werchter, Tomorrowland, Pukkelpop en Laundry Day) zond Studio Brussel live uit. In de aanloop daarnaar hield het net een seksenquête bij zijn luisteraars.

De luisteraars bepaalden de samenstelling van diverse muzieklijsten zoals *De 100 van eigen kweek* (de 100 beste Belgische platen), *The Greatest Switch* (de 100 beste dansplaten), *De zwaarste lijst* (de 66 beste gitaarplaten), *Album 500* (beste albums), *1000 zonnen en gitaren* (zomerse muziek met gitaren) en *De tijdloze* (100 tijdloze nummers).

Studio Brussel informeerde zijn luisteraars met aangepaste nieuwsberichten. Bij "grote gebeurtenissen" was er extra duiding in verschillende programma's. *Siska staat op* had aandacht voor de maatschappelij-

ke actualiteit. Het programma bevatte bijvoorbeeld interviews met experts over de begrotingscontrole, de strategische kernwapens in België, roken in de wagen, de ramadan, de vluchtelingen crisis en het gebruik van slaapmiddelen. Ook in *Vincent Byloo* kwamen maatschappelijke thema's aan bod, zoals de klimaatveranderingen, de mantelzorg in Vlaanderen, de impact van de bobcampagnes, de armoedebestrijding en transgenders in onze samenleving.

Het net volgde op zondag de sportactualiteit in *Studio sport*. Het programma had ook aandacht voor de kleine sporten. Studio Brussel zond live uit vanop de Ten Miles van Antwerpen en De Watersportdag van Sport Vlaanderen.



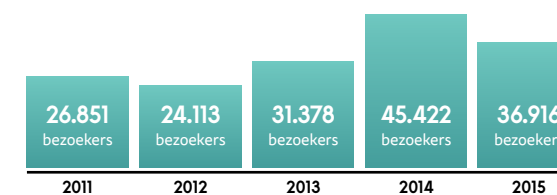
▲ Peepshow met Christine & The Queens

'Studio Brussel informeerde zijn luisteraars met aangepaste nieuwsberichten.'

DIGITAAL AANBOD

- > Studio Brussel, dat bleef evolueren naar een digitaal merk, bood aanbod dat enkel via het internet (website en sociale media) werd verspreid. Het vrijdagse radioprogramma *Linde at your service* bood dagelijks een exclusief filmpje aan op *StuBru.be* en de sociale media. Enkele andere voorbeelden:
 - een filmrubriek
 - soundboards (over de Canvasreeks *Bevergem* en de radiomarathon *TLP All Night Long*)
 - videoreportages over de festivals
- > Het gemiddeld aantal unieke bezoekers per dag van *StuBru.be* nam af tot 36.916 (-18,7% ten opzichte van 2014). Dat kwam voornamelijk omdat het net zich meer toelegde op de mobiele mediabeleving door zijn mediagebruikers, met aandacht voor het aanbod via de sociale media (vooral Facebook).
- > Het aantal fans op Facebook voor Studio Brussel steeg eind 2015 tot 371.447 fans (+5,8% ten opzichte van eind 2014). Het aantal Twittervolgers steeg tot 276.642 (+40,8% ten opzichte van eind 2015). Het aantal volgers op Instagram steeg tot 81.621 eind 2015 (+85,0% ten opzichte van eind 2014).

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR STUBRU.BE (2011-2015)



BRON: CIM-INTERNETSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST



ACTIES & EVENEMENTEN

Enkele voorbeelden:

- > Voor het opleidings- en proeftraject *Studio Dada* werden meer dan 500 jongeren gerekruteerd via korte kennismakingsgesprekken en concrete opdrachten. Uiteindelijk konden 20 kandidaten ervaring opdoen bij de jongerenzender in het maken van lineaire radio en op digitaal vlak.
- > Tijdens *De week van eigen kweek* bracht Studio Brussel alleen Belgische muziek.
- > *Club 69*: concerten van Studio Brussel met onder anderen Noel Gallagher (ook live gestreamd op *StuBru.be*), Selah Sue, Balthazar, Oscar & The Wolf en Hozier. *Peepshow* bracht artiesten naar een "originele" locatie. Zo speelde Daan in de basiliek van Koekelberg en Christine and The Queens in het Modemuseum van Antwerpen.
- > *Zender-sessie* met Jamie XX in de Beursschouwburg.
- > Tijdens *Studio Ibiza* zond de zender een week lang vanop Ibiza uit en draaide het de muziek die te horen is op het eiland.
- > Voor de muzikwedstrijd *De nieuwe lichting* waren er meer dan 600 inschrijvingen. De drie winnaars kregen een miniconcert in de Ancienne Belgique en op Pukkelpop.
- > Verschillende jongeren die afstudeerden op de Hogeschool PXL konden een avond lang live radio maken.
- > Het Studio Brussel-Car Free Festival bracht muziek en optredens vanuit trein, tram en bus en in enkele stations.
- > *Studio Brusselle* had een hele dag aandacht voor "de coolste vrouwen in de muziek".



▶ Studio Brussel versloeg De Watersportdag.

KLARA

Blijf verwonderd



MISSIE

Slow radio om de beleving van kunst, klassiek en jazz te stimuleren.

▲ Iedereen klassiek



Het aanbod van Klara bestond uit kunst en cultuur, klassieke muziek, wereldmuziek, experimentele muziek en jazz.

Het klassieke repertoire en de klassiekemusicaliteit kwamen aan bod in onder andere *Klassiek leeft*, *Promenade*, *Maestro* en *Boetiek klassiek*. *Espresso* had behalve voor culturele actualiteit aandacht voor het concertleven in Vlaanderen en Brussel. *Late Night* bevatte hedendaagse jazz, hedendaagse klassieke muziek, experimentele muziek en wereldmuziek. *Django* had aandacht voor klassieke muziek, jazz en wereldmuziek. *Late Night Jazz*, *Take 7* en *Round Midnight* bevatten uitsluitend jazzmuziek. *Klara Live* bevatte opnames van concerten uit binnen- en buitenland.

In muzikale reeksen en thematische uitzendingen werd aandacht geschonken aan verschillende muziekgenres en -stromingen en componisten, zoals een reeks over de componist Jean Sibelius. In *La vie est Riguelle* stond het Franse chanson centraal. *The Original Soundtrack* had aandacht voor Britse filmmuziek. In *On the Road* werden enkele steden (zoals New York, Berlijn en Venetië) muzikaal geïllustreerd. De reeks *Tomorrowland classic* bracht de wereld van de klassieke muziek samen met de dance-muziek.

Pompidou bevatte lange interviews met gasten uit de cultuur- en kunstensector. Het programma

maakte een aantal thematische uitzendingen, onder andere over de schrijver T.S. Eliot, het boek *Walden* (Henri Thoreau) en de schilder Piet Mondriaan. Het programma werd op vrijdag afgewisseld met *Happy Hour*, dat culturele weekentips bracht. In *Berg en dal* en *Trio* kwamen cultuur-maatschappelijke, ethische en filosofische thema's aan bod. In *Schone kunsten* werd "op zoek gegaan naar de schone dingen des levens". Tijdens juli en augustus gidste *Belmondo* de luisteraar door het cultuuraanbod en de literatuur. *Festival* had aandacht voor festivals met opnames van concerten. De reeks *Ten liefde* besteedde aandacht aan de liefde in al haar vormen. In verschillende reeksen ging het over Sherlock Holmes, Alice in Wonderland en Billie Holiday. *Klara serveert* was een eindejaarsreeks waarin de gasten hun visie gaven over de dingen die hun boeien in de maatschappij en op cultureel vlak.

Klara zond geschiedkundige reeksen uit over de slag bij Waterloo (met een nagespeeld verslag op 18 juni), Napoleon (100 dagen met Napoleon in *Espresso*), Vincent Van Gogh (naar aanleiding van Mons 2015) en Edith Piaf (naar aanleiding van haar 100ste geboortedag). *Het verlies van België* belichtte in vijf afleveringen de onafhankelijkheidsstrijd van België.

Klara zond (naast haar eigen evenementen) elf culturele evenementen uit. Het ging onder andere om *Passa Porta*, *Beaufort* en *Art Brussels*.

KLARA CONTINUO

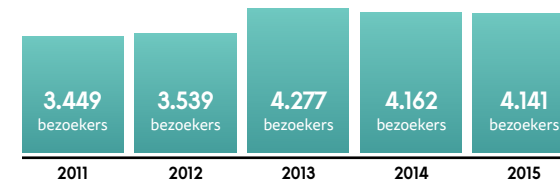


Klara Continuo bracht 24 uur op 24 klassieke muziek en was digitaal⁴⁰ te ontvangen. Naar Klara Continuo luisterden gemiddeld 5.951 luisteraars per dag (ten opzichte van 9.412 in 2014).

DIGITAAL AANBOD

- > Klara.be had gemiddeld 4.141 unieke bezoekers per dag (-0,5% ten opzichte van 2014).
- > Het aantal Klarafans op Facebook steeg tot 23.128 eind 2015 (+17,5% ten opzichte van eind 2014). Klara had eind 2015 4.492 volgers op Twitter (+33,1%).
- > Verschillende programma's (zoals *Klassiek leeft*) en acties (zoals *Klara's Top 100*) boden interactie met de luisteraars via de sociale media. *Pompidou* en *Late Night* boden een eigen blog.

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR KLARA.BE (2011-2015)



BRON: CIM-INTERNETSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST

ACTIES & EVENEMENTEN

Enkele voorbeelden:

- > *Klara in deSingel* was een publieksevenement van Klara met klassieke muziek, jazz, wereldmuziek en muziektheater.
- > Het twee weken durende *Klarafestival* werd met behulp van Brusselse instellingen (zoals Bozar en het Kaaithater) gerealiseerd. De elfde editie stond in het teken van "Liefde".
- > Klara organiseerde in het Concertgebouw van Brugge, samen met Stad Brugge en Brugge Plus, *Iedereen klassiek*, een evenement rond klassieke muziek voor een breed publiek. *Espresso* bracht in de aanloop van het evenement de *Iedereen Klassiek-straat*, een reeks over Vlaamse straten genoemd naar klassieke componisten. Iedereen kon meedoen aan een wedstrijd om de titel *Iedereen Klassiek-straat* te winnen. (Dat werd de *Onze-Lieve-Vrouwstraat* in Berchem.)
- > *Klara's top 100* kwam tot stand door de luisteraars (met Pergolesi op de eerste plaats). Hij werd uitgezonden vanuit Het Radiohuis te Leuven.

⁴⁰ Via alle digitale kanalen zoals internet, DAB, DVB-T en digitale televisie. (bron: CIM)



Luisteraars deelden hun verhalen bij klassieke muziekstukken.

- > Klara bracht live de Belgische première van het 24-urige theaterstuk *Mount Olympus* (Jan Fabre) onder de aandacht.
- > Klara ondersteunde *Jazz Middelheim*.
- > *Pärt Totaal* was een Klara-dag naar aanleiding van de 80ste verjaardag van componist Arvo Pärt.
- > Op vrijdag 27 november brachten Klara en NPO-zender Radio 4 tijdens een gezamenlijke uitzending "het mooiste wat klassieke muziek in Vlaanderen en in Nederland te bieden heeft".
- > Op 21 juli liet Klara een hele dag door verschillende pianowerken horen die speciaal voor koning Filip gecomponeerd werden door verschillende Belgische componisten.

'Klara staat voor kunst en cultuur, klassieke muziek, wereldmuziek, experimentele muziek en jazz.'

DE KONINGIN ELISABETHWEDSTRIJD



De VRT volgde de Koningin Elisabethwedstrijd voor viool op de voet, zowel op radio en tv als online.

- De eerste ronde
Cobra.be had in de eerste ronde vooral oog voor de Belgen, met een portret en een videoverslag van hun optreden. De proclamatie van de 24 halvefinalisten was live te volgen op Cobra.be.
- De halve finale en de finale
- Klara bracht rechtstreeks verslag uit vanaf de halve finale. Een panel van muziekkenners deelde hun bevindingen over de prestaties.
- Canvas+ volgde de halve finale en de finale van de wedstrijd. *Elisabeth Live* was een avondvullend totaalprogramma op Canvas+. Vanaf de eerste finale-avond combineerde het de prestaties van de violisten met een talkshow en reportages. Canvas bracht een heruitzending de volgende ochtend.
- Op Cobra.be konden alle optredens van de halve finale en de finales live gevolgd of herbekeken worden.
- In de aanloop naar de finaleweek bracht *Puur muziek* (Canvas) portretten van twee violisten (Vadim Repin en Janine Jansen). Op 31 mei volgde nog een samenvatting van de wedstrijd. Op 14 juni bracht Canvas het slotconcert met de eerste drie laureaten.



De opname van het lied 'Iedereen is van de wereld (van The Scene)' ten voordele van Iedereen tegen kanker.

MUZIEKAANBOD

De muziekprofielen van de VRT-radionetten zijn complementair aan elkaar. Elk net heeft daarbij aandacht voor specifieke muziekgenres, zoals Vlaamse populaire muziek op Radio 2 en hip hop op Studio Brussel. De netten laten hun luisteraars kennis maken met nieuwe muziek(genres) door enerzijds het muziek aanbod in de reguliere programma's zo breed mogelijk te houden (maar conform het muziekprofiel van het net), en anderzijds door specifieke muziekprogramma's aan te bieden.

Wat betreft specifieke muziekgenres hadden de verschillende VRT-radionetten hun eigen rol te spelen. De radionetten leggen, complementair aan elkaar, in hun muziekprofielen de focus op verschillende muziekgenres:

- > Radio 1: Soul, blues, country, wereldmuziek, folk & (cross over / fusion) jazz.
- > Radio 2: Crooners & evergreens, traditionele disco & funk, Vlaams populaire muziek
- > MNM: Populaire dansmuziek (EDM, vocal house) en urban (populaire hip hop, R'n'B en soul)
- > Studio Brussel: Alternatieve dansmuziek (drum'n'bass, techno, electro, dub step, e.a.), alternatieve gitaarmuziek (indie, metal, hard core), alternatieve urban (hip hop, trap, ragga, reggae, e.a.)
- > Klara: Klassiek, hedendaags klassiek, opera, traditionele jazz, etnische wereldmuziek & folk.

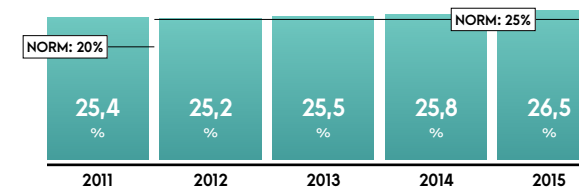
VLAAMSE PRODUCTIES

Het aandeel Vlaamse muzieknummers in het totale muziek aanbod op alle VRT-radionetten bedroeg in 2015 26,5% (ten opzichte van 25,8% in 2014) (norm: 25%).



De Radio 1-sessie met Selah Sue

AANDEEL VLAAMSE MUZIEKNUMMERS IN MUZIEKAANBOD VRT-RADIONETTEN (2011-2015) (IN %)



Behalve met het brengen van Vlaamse muziek en optredens van Vlaamse artiesten, ondersteunden de netten de Vlaamse muziek met specifieke acties en evenementen. Enkele voorbeelden:

- > Radio 1 organiseerde muziekoftredens met Vlaamse artiesten, zoals *De Radio 1-sessies*. *De 100 op 1* bracht de top 100 van de Belgische muziek. *Radio 1 speelt buiten* zorgde voor optredens van Vlaamse artiesten op ongewone locaties aangevraagd door de Radio 1-luisteraar.
- > Behalve met initiatieven zoals *De eregalerij*, *Zomerhit* en *Viva Vlaanderen*, ondersteunde Radio 2 Vlaamse muziekproducties met nieuwe initiatieven. In 2015 zond Radio 2 voor het eerst *De Vlaamse 100* uit met de beste Vlaamse nummers volgens de luisteraars. Het programma werd uitgezonden vanop de Grote Markt in Brussel met optredens van Vlaamse artiesten. Naar aanleiding van de 100ste verjaardag van de geboorte van Frank Sinatra brachten Vlaamse artiesten in de Marconi-studio covers samen met de VRT Big Band⁴¹ (uitgezonden in het croonerprogramma *The Rat Pack*). Naar aanleiding van de 75ste verjaardag van Will Tura bracht Radio 2 live zijn verjaardagsconcert vanuit Veurne. Helmut Lotti stelde zijn nieuwe album voor tijdens een Radio 2-concert in de Marconi-studio. *De Vlaamse Top 50* werd regelmatig live uitgezonden vanop locatie.
- > Eind juni 2015 lanceerde Radio 2 *Vivavlaanderen.Radio2.be*. Dat muziekplatform (gemaakt samen met partners in de Vlaamse muzieksector) ontsloot audio- en videofragmenten uit het VRT-archief. Op termijn wil het de referentiesite van de Vlaamse muziek worden waar ook nieuw talent een plaats krijgt.
- > Klara zond tal van opnames van concerten uit Vlaanderen uit. Klara nam minder concerten (116) op dan in 2014 (156). Het net compenseerde de afname van de eigen opnames door meer concertopnames die de cultuurhuizen en -organisaties zelf doen,

41 De VRT Big Band is een jazzorkest samengesteld uit voornamelijk VRT-personeelsleden.

meer EBU-concerten en, indien gepast, meer concertregistraties uit het VRT-archief uit te zenden. Klara zond zo in 2015 drie tot vier keer per week een live-concertopname uit binnen- of buitenland uit.⁴²

De Klara's zijn de muziekprijzen voor Vlaamse klassieke muzikanten, vocalisten en componisten (in samenwerking met Kunstenpunt). Ze werden uitgereikt tijdens Klara in deSingel. De Klara-Carrièreprijs was voor Philippe Herreweghe. *Supernova* was een wedstrijd die drie winnende klassieke laureaten steunde met diverse podiumkansen en media-aandacht op Klara. In het programma *Boetiek klassiek* kregen Vlaamse muzikanten en ensembles de kans hun werk voor te stellen.

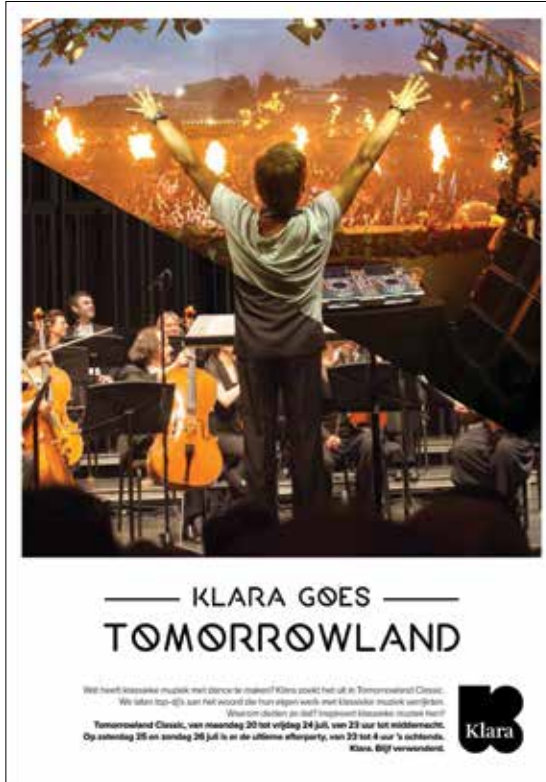
'De muziekprofielen van de radionetten zijn complementair aan elkaar'

- > MNM zocht naar jong muzikalent uit Vlaanderen. Het steunde hen via projecten zoals *Start to dj* (een talentenwedstrijd) en *De liftconcerten* (optredens in een lift bij de MNM-studio, live uitgezonden in *De grote Peter Van de Veire ochtendshow*).
- > Tijdens *De week van eigen kweek* draaide Studio Brussel een week lang uitsluitend Vlaamse muziekproducties. Meer dan 600 Vlaamse muzikanten en groepen stelden zich kandidaat voor de talentwedstrijd *De nieuwe lichte*. De drie winnaars konden optreden in de Ancienne Belgique en op Pukkelpop.

Vivavlaanderen.be



42 Als gevolg van de opgelegde besparingen in 2015, kwamen de VRT en de minister van Media overeen dat Klara het aantal live-concertopnames uit binnen- of buitenland kon laten dalen van 1 per dag naar 3 à 4 per week.



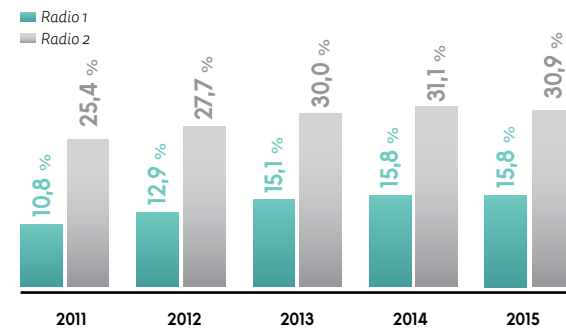
- > Regelmatig waren er optredens van Vlaamse artiesten op VRT-Televisie, zoals in *Café Corsari* (Eén), *Van Gils & gasten* (Eén) en *De zevende dag* (Eén). *Pop Up Live* (Eén) stond voor een reeks muziekshows met Vlaamse en internationale artiesten vanuit verschillende Vlaamse steden. De achtste editie van de Music Industry Awards (waarvan de VRT samen met het Kunstenpunt de organisator is) werd live uitgezonden op Eén.

Naar aanleiding van het Feest van de Vlaamse Gemeenschap brachten de netten op 11 juli extra veel muziek van eigen bodem. In samenwerking met Vlaanderen Feest werd het Feest van de Vlaamse Gemeenschap rechtstreeks uitgezonden vanop de Grote Markt van Antwerpen.

NEDERLANDSTALIGE MUZIEK

15,8% van het totale muziekaanbod op Radio 1 bestond uit Nederlandstalige muziekproducties (ten opzichte van 15,8% in 2014) (norm: 15%). Op Radio 2 was 30,9% van de muzieknummers Nederlandstalig (ten opzichte van 31,1% in 2014) (norm: 30%).⁴³

AANDEEL NEDERLANDSTALIGE MUZIEKNUMMERS IN MUZIEKAANBOD VRT-RADIONETTEN (2011-2015) (IN %)



Naast de muziek in de programma's, hadden de VRT-netten nog extra aandacht voor Nederlandstalige muziek. Enkele voorbeelden:

- > De *Vlaamse top 50* (Radio 2) presenteerde wekelijks de best verkochte, meest gestreamde en meest gespeelde Nederlands gezongen nummers uit Vlaanderen op een rijtje.
- > Radio 2 gaf meermaals een compositieopdracht aan Vlaams artiesten (zoals Urbanus, Slongs Dievanongs en Will Tura) voor een Nederlandstalig muzieknummer.
- > Naar aanleiding van Valentijnsdag kregen vijf Vlaamse artiesten van Radio 2 een compositieopdracht voor een Nederlandstalig dialectnummer.
- > Voor *Het beste boek* (Radio 1, zie p. 35) maakten Vlaamse muzikanten tien nieuwe Nederlandstalige nummers die aansluiten bij een Nederlandstalig boek.
- > Eén zond de muziekshow *Zomerhit* van Radio 2 (zie p. 37) uit.

EVOLUTIE 2012-2015

Het aandeel Vlaamse muziek in het totale muziekaanbod haalde steeds de 25%-norm en nam nog toe met 1,2-procentpunten ten opzichte van 2012.

Terwijl het eerste jaar van de beheersovereenkomst de normen inzake Nederlandstalige muziek niet werden gehaald (Radio 1: 15%, Radio 2: 30%), was dat de jaren daarna wel het geval.

SAMENWERKING MUZIEKPARTNERS

- > **Artiesten**
Verschillende VRT-programma's boden een platform aan gevestigde Vlaamse artiesten. Maar ook nieuw talent kreeg een plaats in het VRT-aanbod. Dat gebeurde op verschillende manieren (zoals *Supernova* (zie p. 45), *Boetiek klassiek* (zie p. 45) en *De nieuwe lichte* (zie p. 41)). Vlaamse artiesten componeerden en produceerden regelmatig muziek voor de VRT-netten (jingles, titelmuziek, nummers). Voor sommige projecten maakten ze ook muzieknummers (zoals voor de Ketnet Musical *Kadanza Together*).
- > **Concertcircuit**
De VRT werkte samen met concertpromotoren en -zalen in Vlaanderen en Brussel, zoals Live Nation, Greenhouse Talent, Ancienne Belgique, De Vooruit, Bozar en Clubcircuit. De omroep was aanwezig op verschillende muziekfestivals in Vlaanderen, zoals Rock Werchter, Tomorrowland, Dranouter, Cactusfestival, De Lokerse feesten, Blues Peer, Afro Latino Festival en Gent Jazz. Voor sommige festivals was de VRT coproductent, zoals Urbanice (MNM) in samenwerking met Star Events, en Het Klarafestival in samenwerking met Het Festival van Vlaanderen.
- > **Platenmaatschappijen**
Voor de aandacht in de programma's voor Vlaamse artiesten (interviews, optredens, concertopnames, acties) werkte de VRT samen met Belgische platenfirma's. VRT Line Extensions bracht VRT-muziekcompilaties op de markt in samenwerking met de platenmaatschappijen.

Samenwerking
Urbanice



'Op Radio 2 was 30,9% Nederlandstalige muziek, op Radio 1 15,8%.'

- > **Kunstenpunt**
Kunstenpunt is als officieel steunpunt van de Vlaamse Gemeenschap een vast aanspreekpunt van de VRT ten opzichte van de professionele muzieksector. Vertegenwoordigers van het VRT-muziekbeleid overlegden met het Muziek-Overleg (koepel van 18 organisaties uit de Vlaamse muzieksector). Met Kunstenpunt werkte de VRT samen voor de organisatie van de jaarlijkse uitreiking van de Music Industry Awards (de Vlaamse populaire muziekprijzen) en de Klara's (de Vlaamse klassieke muziekprijzen).

Op projectbasis werkte de VRT ook samen met belangenverenigingen en steunpunten zoals voor Vi.be on Air met Poppunt en de sponsoring van VRT-muziekevenementen met Sabam For Culture.

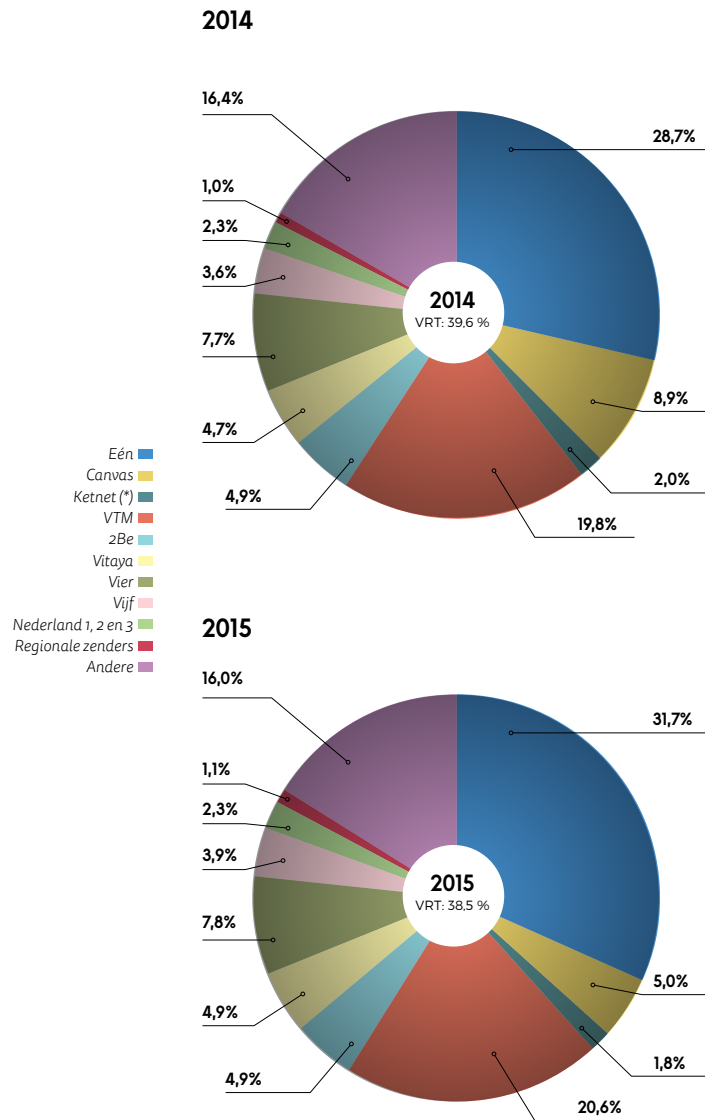
- > **Beheersvennootschappen**
Met het oog op de collectieve inningen van auteursrechten en naburige rechten⁴⁴ werkte de VRT samen met Sabam, Simim, Imagia en Play Right.

⁴³ Bron: VRT-Studiedienst op basis de speellijsten van de VRT-radionetten.

⁴⁴ Naburige rechten zijn een aantal rechten die een uitvoerend kunstenaar of producent het recht geven te beslissen over opname, vermenigvuldiging en uitzending van een uitvoering. Hij krijgt daar een billijke vergoeding voor.

2.2 TELEVISIE-AANBOD

MARKTAANDELEN (%) TELEVISIE OP VLAAMSE MARKT⁴⁵



BRON: CIM|GFK-AUDIMETRIE - VRT-STUDIEDIENST
(* In 2014 werd op het kanaal van Ketnet ook OP12 uitgezonden. Na het stopzetten van OP12 (op 1 januari 2015) bevatte dit kanaal Ketnet en op sommige dagen na 20 uur andere programma's (onder de noemer Eén+ en Canvas+).

TELEVISIEKIJKEN IN VLAANDEREN

Gemiddeld 73,3% van de bevolking keek dagelijks naar televisie, live en/of uitgesteld (ten opzichte van 74,2% in 2014). Deze kijkers spendeerden gemiddeld 3 uur en 56 minuten per dag aan televisie kijken, 5 minuten minder dan in 2014.

Globaal gezien keken oudere kijkers vaker televisie dan jongere (het dagbereik: 57,8% bij de groep 4-24 jaar versus 88,7% bij 65+-ers) en personen uit de lagere socio-economische klassen meer dan uit de hogere socio-economische klassen (69,7% bij hoogste klassen (SG 1-2) versus 77,8% bij laagste klassen (SG 7-8)).

- > 92,0% van het totale televisiegebruik ging naar live tv-kijken (ten opzichte van 93,4% in 2014). 70,3% van de bevolking keek dagelijks live televisie (ten opzichte van 71,5% in 2014). Deze kijkers deden dat gemiddeld 3 uur en 47 minuten per dag, 6 minuten minder dan in 2014.
- > 8,0% ging naar uitgesteld kijken. Naar fictieprogramma's werd voor 13,6% van de totale fictiezendtijd uitgesteld gekeken. Bij andere programmagenres werd minder uitgesteld gekeken, zoals naar informatie (3,3%) en sport (3,6%). Gemiddeld per dag keek 28,2% van de bevolking uitgesteld naar televisie (ten opzichte van 25,4% in 2014). Deze kijkers deden dat gemiddeld 49 minuten per dag, 2 minuut meer dan in 2014.

KIJKEN NAAR VRT-TELEVISIE

De VRT-televisienetten bereikten samen gemiddeld 2.793.435 Vlamingen per dag (ten opzichte van 2.855.101 in 2014).

VRT-Televisie had in 2015 een marktaandeel van 38,5% (1,1 procentpunt minder dan in 2014). De Vlaamse kijker (ouder dan 4 jaar) keek gemiddeld 1 uur en 50 minuten per dag naar de VRT-televisienetten (inclusief de uitgesteld bekeken programma's), 5 minuten minder dan in 2014.



UITGESTELD KIJKEN

Via de distributeurs

Digitale kijkers konden uitgezonden VRT-programma's (her)bekijken. Dat kon op verschillende manieren:

- > Via de eigen VRT-diensten⁴⁶:
 - Met *Ooit Gemist* konden kijkers tegen een vergoeding recente programma's en oudere series opvragen. Zo werden 1.537.828 uitzendingen opgestart.
 - Met *Net Gemist* (een abonnementsformule) konden de lopende programma's van de voorbije week worden herbekeken. In 2015 goed voor 2.401.595 starts.
 - Digitale kijkers konden de journaals, *Het Journaal van 19 uur met Vlaamse Gebarentaal* (Eén), *Terzake (laat)* (Canvas), *Het weer* (Eén), *Karrewiet* (Ketnet), *Karrewiet met Vlaamse Gebarentaal* (Ketnet) en een dagelijks *Kaatje & Co-blok* gratis opvragen. 7.841.213 keer werd zo een van deze programma's opgestart.



- > Via platformen van de distributeurs/over-the-top-spelers⁴⁷ waarmee de VRT een overeenkomst over licht uitgesteld kijken heeft:
 - Proximus Replay (van Proximus TV)
 - Yelo Play en Yelo Play More (van Telenet)
 - Stieve (van Stieve NV)

Via de VRT-videoplayer

In 2015 werd 166.030.834 keer het videomateriaal opgestart via de VRT-videoplayer (-8,1% ten opzichte van 2014). De fragmenten waren hoofdzakelijk afkomstig van de VRT-televisienetten (15.077.914 videostarts

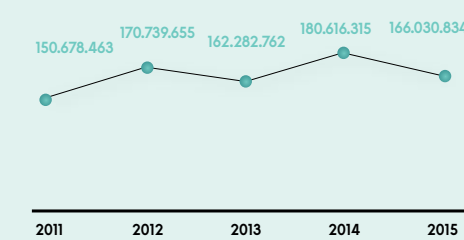
op Een.be, 2.488.906 op Canvas.be en 43.025.144 op Ketnet.be) en de themasites *Deredactie.be* (59.915.676, 12,6% minder dan in het verkiezingsjaar 2014) en *Sporza.be* (39.335.305, 29,8% minder dan in het "sportrijke" jaar 2014). Ook via de sociale media werden VRT-videobeelden verspreid.

TOTAAL AANTAL OPGESTARTE VIDEOFRAGMENTEN OP DE VRT-WEBSITES (VIA DE VRT-VIDEOPLAYER) (2014-2015)

WEBSITE	2014	2015
Een.be	15.396.179	15.077.914
Canvas.be	1.048.333	2.488.906
Ketnet.be	32.470.862	43.025.144
Deredactie.be	68.515.981	59.915.676
Sporza.be	56.057.385	39.335.305
Andere VRT-sites	7.127.575	6.187.889
TOTAAL	180.616.315	166.030.834

BRON: COMSCORE - VRT-STUDIEDIENST

TOTAAL AANTAL OPGESTARTE VIDEOFRAGMENTEN OP DE VRT-WEBSITES (VIA DE VRT-VIDEOPLAYER) (2011-2015)



BRON: COMSCORE - VRT-STUDIEDIENST

Via de sociale media

De openbare omroep verspreidde in 2015 videofragmenten via de sociale media. Via Facebook⁴⁸ werd 22.629.524 keer een VRT-videofragment gestart, via Youtube 41.664.909 keer.

Via het syndication-platform

De VRT stelde in 2015 videofragmenten ter beschikking van andere websites (Web syndication) (zie p. 61). Verschillende Vlaamse nieuwswebsites boden regelmatig een VRT-fragment aan. Op die manier werden 14.495.484 VRT-clips⁴⁹ gestart (waarvan 99% fragmenten van *Deredactie.be*).

HET DERDE KANAAL

De Beheersovereenkomst 2012-2016 stelde dat een derde VRT-televisie-kanaal programma's voor jongeren zou bieden. Dat kanaal (OP12) vulde tot eind 2014 ook andere opdrachten in: een aanbod voor buitenlanders in Vlaanderen, een aanbod voor slechtzienden en aandacht voor cultuur en kleine sporten.

OP12 stopte op 1 januari 2015 met uitzendingen⁵⁰. Het kanaal van Ketnet werd sindsdien na 20 uur nog uitsluitend gebruikt als 'uitwijk- en servicekanaal' van Eén en Canvas. Het aanbod op dat kanaal werd uitgezonden onder de noemer 'Eén+' of 'Canvas+', (zoals dat voor 2012 het geval was).

Het aanbod van het kanaal bevatte in 2015 naast Ketnet onder andere:

- programma's met audiodescriptie: *Vriendinnen*, *De Ridder* en *T.* (zie p. 23)
- cultuur: *De Gouden Uil*, *de 30.000ste Last Post* vanuit leper en *De Koningin Elisabethwedstrijd*
- sport, met verslagen van volleybal, handbal, tennis, voetbal, wielrennen, atletiek, hockey
- *Music for Life*
- enkele uitzendingen van *Het Journaal van 19 uur met Vlaamse Gebarentaal* (uitgezonden om 20 uur) naar aanleiding van de terreuraanslagen in Parijs (in november)

In de periode 2012-2014 werd het aanbod voor buitenlanders (*Fans of Flanders*) uitgezonden op het derde kanaal. Sinds 2015 was dat op Canvas (met herhalingen op Eén).



⁵⁰ Het stopzetten van OP12 gebeurde in onderlinge afspraak tussen de VRT en de minister van Media, mede als gevolg van de opgelegde besparingen voor 2015.

⁴⁵ Op basis van live-kijkers en kijkers die uitgesteld kijken, inclusief hun gasten. (De populatie waarmee wordt vergeleken is de bevolking van de Vlaamse gemeenschap van vier jaar of ouder en in het bezit van een televisietoestel.)

⁴⁶ De VRT beschikt niet over vergelijkbare cijfers voor 2014. Die gegevens zijn enerzijds niet volledig beschikbaar en anderzijds geven ze in plaats van aantal starts, het aantal "transacties" weer.

⁴⁷ Bedrijven die audio- of video-content via het internet aanbieden dat dankzij de distributie-infrastructuur aan de consument geleverd wordt, zonder dat ze zelf het netwerk bezitten.

⁴⁸ Het aantal starts is gebaseerd op filmpjes die meer dan 30 seconden zijn bekeken of die 95% zijn uitgekeken (indien de clips korter dan 30 seconden waren).

⁴⁹ Een vergelijking met 2014 is niet evenwichtig aangezien de verspreiding via syndication pas startte op 10 juli 2014 (goed voor 6.008.562 starts in 2014).

MISSIE

Eén is er voor alle Vlamingen, over de generaties heen, van jong tot oud. Eén wil de samenleving stimuleren door de meerderheid van de Vlamingen actief te betrekken bij het gemeenschapsleven, op een manier dat ze er samen over kunnen praten en er plezier aan beleven. Eén doet dit met een kwalitatief, toegankelijk en gevarieerd aanbod dat inzet op informatie, cultuur, sport en ontspanning.



▲ Een stopte na 63 jaar met omroepsters in beeld te brengen



Eén bood als televisiezender gericht op een breed publiek een mix van nieuws en informatie, cultuur, human interest, Vlaamse fictie, documentaire reeksen, sport en ontspanning. Het net zette daarvoor naast vertrouwde ook nieuwe programma's in. Vanaf het najaar paste Eén zijn netstyling aan. Om die reden besliste de zender om voortaan geen omroepsters meer in beeld te laten komen.

Om te voldoen aan haar informatieopdracht was het voor de VRT belangrijk dat het nieuws- en informatieaanbod op Eén een breed publiek bereikt. Eén hield daar rekening mee bij de programmering van de journaals, het duidingsprogramma *Koppen (XL)*, het debatprogramma *De zevende dag*, het consumentenmagazine *Volt* en het economisch duidingsprogramma *De vrije markt*.

Eén informeerde de kijker over maatschappelijke thema's en gebeurtenissen in de samenleving. *Ten oorlog II* was een reportagerieks (naar aanleiding van 70ste verjaardag van het einde van Wereldoorlog II). De reeks *Beroepen zonder grenzen* volgde Vlamingen die hun beroep in een ander land uitprobeerden. *Via Annemie* portretteerde Vlamingen met bijzondere levensverhalen. De reeks *Wedding Day* toonde hoe mensen overal ter wereld trouwen met elkaar. *Wereldsteden* volgde zes Vlamingen die in een buitenlandse stad gingen wonen. *Reizen Waes* had aandacht voor speciale reisbestemmingen. In *Voor hetzelfde geld* kregen de kijkers tips over het aankopen en

gebruikmaken van goederen en diensten.

Eén programmeerde nieuwe fictiereeksen: *Tom & Harry* (over het levensverhaal van twee personen die als baby zijn verwisseld met elkaar), *Nieuw Texas* (over het leven van een familie na het overlijden van een vader), *Voor wat, hoort wat* (over criminelen die hun taakstraf uitvoeren in een woon- en zorgcentrum) en de politiserie *T. Thuis* bleef aandacht hebben voor thema's die leven in de samenleving. De soap bestond eind december 20 jaar.

Met het oog op het bereiken van een breed publiek, bood Eén ontspanningsprogramma's. De dagelijkse talkshow *Café Corsari* werd in het voorjaar afgewisseld met *Bart & Siska* en in het najaar opgevolgd door *Van Gils & gasten*. In *Ja Jan* ging de presentator uitdagingen aan. *Kalmte kan u redden* en *De allesweter* waren quizprogramma's. In *Het sterkste netwerk* gingen bekende Vlamingen elke week een tweestrijd aan die ze enkel konden winnen met de hulp van de kijkers.

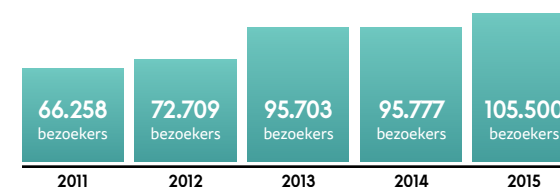


▲ De Biker Boys

DIGITAAL AANBOD

- > Verschillende televisieprogramma's (zoals *Het sterkste netwerk* en *De allesweter*) kregen een extra digitaal aanbod. *Ten oorlog II* had bijvoorbeeld een eigen digitaal platform met achtergrondinformatie en fragmenten uit de reeks. Eén bracht informatie (zoals fotooverslagen) bij evenementen zoals *De Mia's* en de *Thuisdag*.
- > Het aantal bezoekers van Een.be steeg tot 105.500 unieke bezoekers per dag (+10,2% in 2014). Op de website konden de mediagebruikers tal van videofragmenten terugvinden. De top 3 van meest gespeelde fragmenten waren een trailer van *Thuis* (95.960 starts), een fragment van *Dagelijkse kost* (stoofvlees, 94.363 starts) en een ander fragment van *Dagelijkse kost* (moelleux, 71.168 starts).
- > Eén had eind 2015 116.513 fans op Facebook (+37,1% ten opzichte van eind 2014). Daarnaast had Eén verschillende Facebookpagina's die verbonden waren aan een programma (zoals *Thuis* (eind 2015: 136.089 fans) en *Dagelijkse kost* (108.759 fans)). Het aantal Twittervolggers van Eén steeg tot 61.792 eind 2015 (+35,8% ten opzichte van eind 2014).

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR EEN.BE (2011-2015)



BRON: CIM-INTERNETSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST

'Eén had aandacht voor maatschappelijke thema's en gebeurtenissen in de samenleving.'



◀ Dagelijkse kost



Tom & Harry



▲ Ten oorlog II

ACTIES & EVENEMENTEN

Enkele voorbeelden van evenementen en acties waar de Eén-kijker aan kon deelnemen:

- > *Thuis* bood verschillende evenementen waarbij de fan werd uitgenodigd:
 - Tijdens *De Thuisdag* in Leuven konden kijkers in contact komen met de acteurs van de serie.
 - Naar aanleiding van het ingaan van de wintertijd konden fans in een tent in Kortrijk, Mechelen en Hasselt samen kijken naar een aflevering van *Thuis*. Tijdens *De warmste week* van Music for Life kon dat ook een keer in Leuven.
- > Vakantiegangers konden op 16 augustus op de luchthaven van Zaventem kennismaken met verschillende presentatoren en de najaarsprogrammering van Eén.
- > Naar aanleiding van de 1.000ste aflevering van *Dagelijkse kost* konden kijkers hun favoriete Vlaams gerecht kenbaar maken. Omdat de keuze viel op stoverij met frietjes, hield de VRT een campagne om het gerecht te eten op de "De nationale stoofvlees-frietdag" (1 maart 2015).

MISSIE

Canvas kijkt breed geïnteresseerd en in de diepte naar de wereld. Het net biedt de mogelijkheid aan de kijker om aansluiting te blijven vinden bij deze complexe wereld en doet dit aan de hand van informatie, analyse en een dosis relativering.



▲ Radio Gaga



Canvas werd in 2015 gekenmerkt met een vernieuwing van zijn aanbod en programmering.

In het voorjaar behield Canvas nog een aanbod dat vergelijkbaar was met het aanbod uit de voorgaande jaren. De namiddaguitzendingen (in hoofdzaak op weekdagen) werden wel stopgezet.⁵¹ De zender bood duiding bij het nieuws in *Terzake*, *Reyers laat*, *Vranckx* en *Panorama*. Nieuwe programma's waren onder andere de geschiedenisprogramma's *Land in de kering* (een reeks over de geschiedenis van Vlaanderen in de periode 1950-2000) en *12 in 40* (een reeks met getuigenissen van mensen die Wereldoorlog II hadden meegemaakt), de documentaire reeks *Twintigers* (over het leven van jongeren), de documentaire reeks *De werkende mens* (over de impact van werken op het leven) en de documentaire reeks *Archibelge* (over vreemde Belgische architectuur).

Vanaf 24 augustus werd de vernieuwing van Canvas doorgevoerd. Het merk wilde voortaan toonaangevend zijn op het gebied van informatie in vijf domeinen:

> Kunst & cultuur

In het najaar had Canvas aandacht voor kunst & cultuur onder andere in *Off the Record* (een portretreeks over en met Belgische muzikanten),

Studio Flagey (een praatprogramma over muziek) en het interviewprogramma *Alleen Elvis blijft bestaan*. *De Canvasconnectie* bracht nieuwe portretten van kunstenaars die hun visie gaven bij hun eigen werk en dat van anderen.

> Politiek

Het duidingsprogramma *Terzake* verhuisde naar de laatavond (en werd *Terzake laat*). Het nieuwe actualiteitsprogramma *De afspraak* startte op weekdagen om 20.30 uur. Vanaf 2 oktober werd het programma op vrijdag voorafgegaan door het politieke praatprogramma *De keien van de Wetstraat*. *De logische premier* was een documentaire over hoe de Vlaamse en federale regering in 2014 tot stand kwamen.

> Wetenschappen

Wetenschap redt de wereld bracht portretten van wetenschappers die oplossingen hebben voor grote maatschappelijke problemen (zoals de opwarming van de aarde). In de nieuwdienstprogramma's kwam wetenschap regelmatig aan bod, zoals in de *Terzake*-reportage *Iedereen vruchtbaar* (over het gebruik van lichaamswaarschuwing voor de creatie van leven) en een interview met Stephen Hawking in *Terzake laat*. Verschillende documentaires hadden aandacht voor wetenschappelijke onderwerpen, zoals *Baby Makers: the Fertility Clinic* en *The End of Memory*.

> Economie & Ondernemen

Terzake laat en *De afspraak* hadden aandacht voor economische onderwerpen en Vlaamse ondernemers. Enkele aangekochte programma's focusten op economie & ondernemen, zoals *The men who could conquer China* en *Silicon Wadi: A high tech soap opera* (over start-ups in Tel Aviv). De reeks *Pitch* (op Canvas.be) toonde de ideeën van jonge bedenkers en startende ondernemers.

> Sport

Naast sportverslaggeving bood Canvas op het vlak van sport het voetbalmagazine *Extra time* (dat in 2015 onder de noemer *Extra Time Koers* enkele keren gewijd was aan wielrennen in plaats van voetbal), de documentaire reeks *Slijk* (over de voorbereiding door topsporters van wedstrijden), de interviewreeks *Karakters* en de reeks *Spul* (over dopinggebruik).

Daarnaast bevatte het aanbod fictie (zoals de Vlaamse fictiereeks *Bevergem*) en ontspanning. In het human interest-programma *Radio Gaga* vertelden mensen hun persoonlijk verhaal op een bijzondere locatie (zoals in een psychiatrisch ziekenhuis). Zij deden dat in een radio-setting aan de hand van een muzieknummer.

In 2015 had Canvas aandacht voor grote herdenkingen. Zo bracht het de documentaire *Waterloo L'Ultime Bataille* (naar aanleiding van het feit dat 200 jaar geleden de Slag van Waterloo werd gestreden) en een rechtstreeks verslag *Ode aan de Ode* (naar aanleiding van de 30.000ste editie van de *Last Post* in Ieper).

DIGITAAL AANBOD

> Canvas versterkte sinds september zijn digitale pijler. Door het aanbod van Canvas.be uit te breiden wilde het net de mediagebruikers die meer gebruikmaken van de digitale media (zoals jongeren) beter bereiken. Naast achtergrondinformatie bij de televisieprogramma's raadplegen, konden kijkers op Canvas.be programma's (waarvan de VRT de onlinerechten had) herbekijken of nieuwe programma's in preview zien. Canvas.be bood ook programma's die enkel daar te zien waren, voornamelijk documentaires (zoals *Waarom nog kinderen krijgen?* en *Langs het front tegen IS*) en fictiereeksen (zoals *The End* en *Rest in Peace*). Canvas.be nam de opdracht van de vroegere cultuursite *Cobra.be* over.⁵² Op Canvas.be/cultuur werd een overzicht gegeven van tal van cultuuritems.

⁵² Het stopzetten van *Cobra.be* en de overname door Canvas.be van het online kunst- en culturaanbod gebeurde in onderlinge afspraak tussen de VRT en de minister van Media, mede als gevolg van de opgelegde besparingen voor 2015.



◀ Bevergem



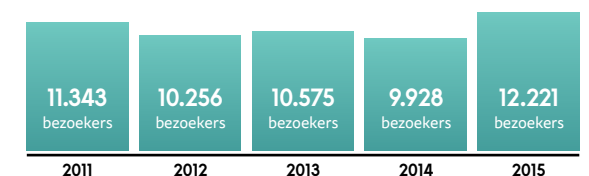
▲ De Canvasconnectie

> Canvas betrok de kijkers bij een aantal acties en programma's via Canvas.be, bijvoorbeeld bij de actie *Doe mee met het Groot dictee* (waarbij kijkers online meekonden doen aan het dictee van het Groot dictee der Nederlandse taal) en de actie *#dezinvan* (naar aanleiding van de Boekenbeurs van Antwerpen konden kijkers hun favoriete zin uit een boek delen).

> Voor de vernieuwing van Canvas (24 augustus 2015) had Canvas.be gemiddeld 8.396 unieke bezoekers per dag. Na de start van de nieuwe website steeg het aantal unieke bezoekers tot gemiddeld 19.106 bezoekers per dag. Op jaarbasis steeg het gemiddeld aantal unieke bezoekers per dag met 23,1% (ten opzichte van 2014) tot 12.221 in 2015. Het video-aanbod was een belangrijk bestandsdeel van de vernieuwde website. Het vaakst online bekeken programma was *Bevergem* (de vaakst gestarte aflevering haalde 105.592 starts).

> Eind 2015 waren er 59.735 Facebook-fans voor Canvas (+26,3% ten opzichte van eind 2014). Het aantal volgers op Twitter bedroeg 57.279 (+29,7% ten opzichte van eind 2014).

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR CANVAS.BE (2011-2015)



BRON: CIM-INTERNETSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST

ACTIES EN EVENEMENTEN

> *De Canvasconnectie-cultuuravonden* (zie p. 28)

> Naar aanleiding van de Dag van de Wetenschap organiseerde Canvas een publieksdebat *Wetenschap redt de wereld* (aansluitend bij het Canvas-programma). Het evenement stond stil bij de toekomst en de ambitie van wetenschap, de impact van wetenschap en de verhouding tussen wetenschappen en emotie in een maatschappelijk debat.

> *Canvas Select* waren evenementen in samenwerking met de filmdistributeurs. Een "selecte groep" kijkers konden een film in avant-première bekijken, ingeleid door een Canvas-medewerker en, waar mogelijk, in aanwezigheid van filmmakers en acteurs.

KETNET

Kinderen groeien met Ketnet, en Ketnet groeit mee met kinderen

MISSIE

Ketnet wil kinderen helpen opgroeien tot zelfbewuste adolescenten, via een unieke 360°-beleving die hen een uitzonderlijke meerwaarde biedt.



▲ De geonauten



Ketnet hanteerde een 360°-strategie met televisieprogramma's, een online-aanbod, aanbod-op-aanvraag, interactieve toepassingen, participatieve acties en evenementen.

Op televisie bood Ketnet een mix van vertrouwde en nieuwe programma's over thema's uit de levenssfeer van kinderen. Het aanbod bestond uit verschillende programmagenres. Zo bood Ketnet nieuws op kindermaat (zoals met *Karrewiet*), duiding (*Karrewiet plus*, bijvoorbeeld met een reportage over autisme), fictie (zoals *De zoon van Artan*, *D5R*, *Nachtwacht*, *Ghost Rockers* en *Trollie*) en ontspanning. Verschillende programma's hadden aandacht voor cultuur zoals *Kapitein Winnokio's grote notenboot*, *Symfollies* en *de wrap*.

Ook educatie kwam aan bod in Ketnet-programma's met aandacht voor maatschappelijke uitdagingen. De reeks *De geonauten* stond in het teken van de millenniumdoelstellingen. *Ketnet Swipe* had onder andere aandacht voor de klimaatverandering en de week van het bos. *Karrewiet* bood een reportagereeks naar aanleiding van de internationale klimaatop.

Helden sensibiliseerde kinderen voor techniek en leerde hen om avontuurlijke stunts veilig uit te voeren. Humor kwam aan bod in *Oma en Oma* en *Lekker windje*. Ontspanning was aanwezig in verschillende andere Ketnet-programma's, zoals in het quizpro-

gramma *Oude taart*, de dans- en zangreeks *Ketnet Musical* en het studioprogramma *Kingsize Live*.

Ketnet zond iedere dag uit van 6 uur tot 20 uur. Na 20 uur toonde het kanaal een pancarte en zond het kindermuziek uit, tenzij Eén+ of Canvas+ uitzendingen hadden.⁵³ Digitale kijkers konden gratis een *Ketnet Jr.-blok* opvragen (de opvolger van het *Kaatje-blok*).



▲ Ketnet King Size

DIGITAAL AANBOD

- > Ketnet bood tal van zijn programma's integraal aan op Ketnet.be (voor zover het daarvoor de nodige rechten had). De aangeboden programma's waren gratis en reclamevrij te bekijken zonder login. Enkel voor previews van sommige reeksen

⁵³ Dat ging samen met het stopzetten van OP12, wat gebeurde in onderlinge afspraak tussen de VRT en de minister van Media, mede als gevolg van de opgelegde besparingen voor 2015.

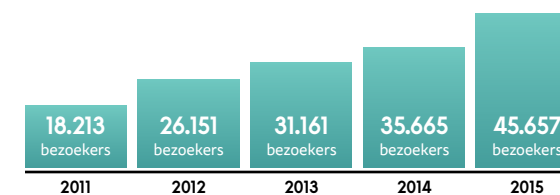
'De Ketnet Jr.-app bevatte video en spelletjes'

moesten kinderen inloggen met hun Ketprofiel (dat ze gratis konden aanmaken). De website bevatte ook filmpjes met de wrappers en spelletjes.

Online konden kinderen (op Ketnet.be en via Radio-plus) luisteren naar hedendaagse hits op Ketnet Hits.

- > Ketnet probeerde kinderen te betrekken via Ketnet.be, bijvoorbeeld met de "vraag van de dag", stemmingen (bijvoorbeeld voor *Het gala van de gouden K's*), het insturen van foto's of filmpjes en de reacties op vragen. Om te participeren, dienden kinderen een Ketprofiel aan te maken. Met dat persoonlijke profiel konden kinderen zich ook kandidaat stellen voor programma's en vragen stellen aan gasten in de studio. In 2015 maakten 118.363 kinderen een Ketnetprofiel aan. De voorbije jaren hebben in totaal 586.273 kinderen een profiel op Ketnet.be aangemaakt. Daarvan werden er eind 2015 nog 542.742 actief gebruikt. Behalve op dit eigen sociaal netwerk, was Ketnet ook aanwezig op externe sociale netwerken (Facebook, Instagram, Twitter en Youtube).
- > Het aantal bezoekers voor Ketnet.be steeg in 2015 met 28,0% (ten opzichte van 2014) tot gemiddeld 45.657 unieke bezoekers per dag. Het meest online bekeken programma was *D5R* (de vaakst gestarte aflevering haalde 186.992 starts). Verschillende afleveringen van de fictiereeks haalden meer kijkers online dan op televisie.
- > Eind 2015 had Ketnet 54.609 Facebook-fans (+32,6% ten opzichte van eind 2014) en 9.141 Twitter-volgers (+34,1% ten opzichte van eind 2014).
- > Ketnet lanceerde de *Ketnet Jr.-app* gericht op peuters, kleuters en hun ouders. Deze mobiele applicatie was gratis downloadbaar op tablet-computers. Alle video-content van de app was ook terug te vinden op Ketnet.be. Kinderen konden op de app spelletjes spelen.

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR KETNET.BE (2011-2015)



BRON: CIM-INTERNETSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST



▲ Opname van Ay Ramon-scene

ACTIES & EVENEMENTEN

Ketnet was met verschillende evenementen aanwezig in heel Vlaanderen.

- > In het kader van *Iedereen tegen kanker* organiseerde Ketnet de actie *De pet op tegen kanker*. Iedereen kon een pet kopen die ze zelf kon aanpassen. Met de opbrengst kunnen kinderen met kanker op zomerkamp.
- > De *Ketnet Anti-pestbrigade* ging in het kader van de sensibiliserende actie 'Wat doet jouw school tegen pesten?' op zoek naar basisscholen die opkomen tegen pesten. Ketnet had daarnaast nog aandacht voor de pest-problematiek, zowel online als in *de wrap* en *Karrewiet*.
- > Op 1 april zond Ketnet in de namiddag geen programma's uit en kon Ketnet.be niet gebruikt worden. Zo nam het kindernet deel aan *De buitenspeeldag*, een initiatief van het departement Jeugd van de Vlaamse overheid, waaraan ook VTM Kzoom en Nickelodeon deelnamen.
- > In het najaar had Ketnet een grootouderproject. Verschillende programma's (*Oude taart*, *Ben ik familie van?* en *Viva Bomma*) stonden in het teken van de relatie tussen kinderen en hun grootouders. Via het online-platform *Het stambos* konden kinderen in interactie gaan met hun grootouders en een persoonlijke stamboom maken (eind 2015 waren 31.329 stambomen gemaakt). In samenwerking met Familiekunde Vlaanderen werd een lessenpakket voor onderwijzers gemaakt en verspreid.
- > Op de *Heldendag* konden kinderen de acteurs van de reeks ontmoeten en zich uitleven op verschillende parcours.
- > *Ay Ramon* (een coproductie van Ketnet met Sylvester Productions) was de eerste Vlaamse Sinterklaasfilm.
- > Andere evenementen waren onder andere *Ketnet Zomertour*, *Ketnet Musical*, *Ghost Rockers-fandagen*, *Ketnet-fandagen*, *Ketnet Carnaval*, *Pennenzakken-rock*, *De intrede van de Sint*, *D5R-fandagen*, *Ketnet Halloween* en *Ketnet Kerst*.

2.3 THEMATISCH ONLINE-AANBOD⁵⁴

DEREDACTIE.BE



DE
REDACTIE.BE

Deredactie.be bood nieuwsberichten (met video, audio, foto en tekst) volgens de deontologische richtlijnen van de VRT-nieuwsdienst.

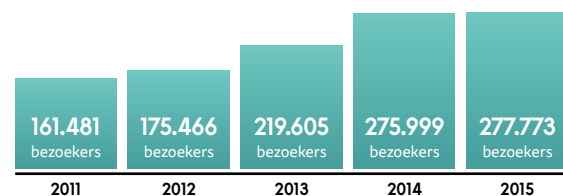
Deredactie.be haalde gemiddeld 277.773 unieke bezoekers per dag (+0,6% ten opzichte van 2014).

Sommige berichten (waar andere websites naar linken) werden extra veel bekeken, zoals het fragment uit de reportage *Leven zonder suiker van Koppen* (Eén) (212.413 starts), een fragment over een fotograaf die met zijn foto's 'de werkelijkheid manipuleerde' (198.244 starts) en een fragment over tweelingbroers die zich outen als homo (208.893 starts).

VRT Nieuws verspreidde berichten van Deredactie.be via de sociale media. Het aantal fans op Facebook van Deredactie.be steeg tegen eind 2015 met 33,9% (ten opzichte van eind 2014) tot 175.409. Het aantal Twitter-volgers bedroeg, eind 2015, 270.056 (+60,1% ten opzichte van eind 2014).

In het voorjaar lanceerde de VRT een nieuwe *Deredactie.be-app* (iOS en Android). In 2015 werd hij 265.000 keer gedownload.

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR DEREDACTIE.BE (2011-2015)



BRON: CIM-INTERNETSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST

SPORZA.BE

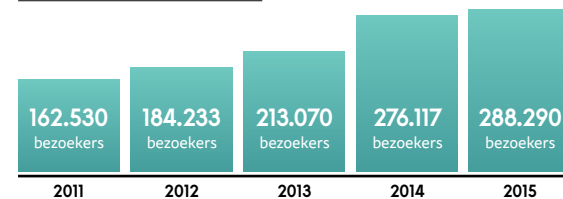


sporza

Het aantal unieke bezoekers van Sporza.be steeg eind 2015 tot 288.290 (+4,4% ten opzichte van eind 2014). Eind 2015 bereikte Sporza via Facebook 259.460 fans (+15,9% ten opzichte van eind 2014) en via Twitter 209.913 volgers (+46,2%).

De meest bekeken videofragmenten op Sporza.be waren: een "onderonsje tussen Sagan en Froom" (96.929 starts), het optreden van Marc Coucke tijdens een interview met Tony Martin in *Vive le vélo* (Eén) (88.695 starts) en een fragment over de uithaal van veldrijder Nys tegen zijn collega Vermeersch (Gebruik uw verstand, snotneus!) (69.958 starts).

GEMIDDELD AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VOOR SPORZA.BE (2010-2014)



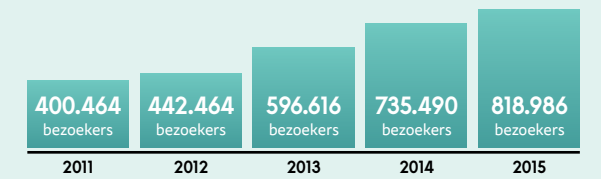
BRON: CIM-INTERNETSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST

BEZOEKERS VOOR ONLINE EN SOCIALE MEDIA

Per dag raadpleegden gemiddeld 818.986 unieke bezoekers een van de VRT-websites (+11,4% ten opzichte van 2014). Voor het eerst werd meer met mobiele toestellen gesurft naar de VRT-websites dan via een pc of een laptop:

- > via pc of laptop: 405.360 surfers per dag (in absolute aantallen: 5,5% minder dan in 2014) (goed voor 49,5% van het totaal aantal surfers, versus 58,3% in 2014)
- > via smartphone: 274.659 (+49,4%) (33,5%, versus 25,0%)
- > via tablet-pc: 138.967 (+13,3%) (17,0%, versus 16,7%)

AANTAL UNIEKE BEZOEKERS PER DAG VAN DE VRT-WEBSITES (2010-2014)



BRON: COMSCORE

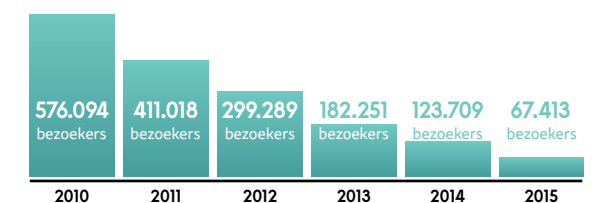
De VRT-netten waren aanwezig op de sociale media (zie p. 34-43 en p. 50-55). Samen hadden alle VRT-"moedermerken"⁵⁶ eind 2015 1.330.840 fans op Facebook (+16,7% ten opzichte van eind 2014) en 1.035.559 Twitter-volgers (+43,5%).⁵⁷

2.4 TELETEKST/DIGITEKST

VRT-Teletekst en -Digitekst (op digitale televisie) bevatten berichten over algemeen nieuws, cultuur, wetenschappen, sport en media. Het teletekstaanbod was ook bereikbaar via internet (Een.be/tt) en op mobiele toestellen.

Het aantal Teletekst-gebruikers daalde tot gemiddeld 67.413 Vlamingen per dag (-45,5% ten opzichte van 2014). Naar de internetversie van Teletekst surfden per dag gemiddeld 17.514 bezoekers (-12,1% ten opzichte van 2014).⁵⁵

EVOLUTIE VAN HET AANTAL TELETEKST-BEZOEKERS VIA EÉN, CANVAS, KETNET EN OP12 PER DAG (2010-2015)



BRON: CIM|GFK-AUDIMETRIE - VRT-STUDIEDIENST

Opmerkingen
 > Voor 1 mei 2012 bestond OP12 niet. Bijgevolg zijn de cijfers van 2010 en 2011 voor Eén, Canvas en Ketnet samen. De cijfers van 2012, 2013 en 2014 zijn voor Eén, Canvas, Ketnet en OP12 samen. Omdat er geen uitzendingen van OP12 meer waren sinds 2015, zijn de cijfers voor 2015 voor Eén, Canvas, Ketnet en het kanaal van Ketnet na 20 uur.
 > De cijfers uit bovenstaande grafiek geven een indicatie weer over de evolutie. CIM beschikt sinds enkele jaren over steeds minder exacte bereikcijfers met betrekking tot Teletekst. Dat komt omdat CIM het gebruik van Teletekst niet meer volledig kon registreren. Zo wordt het Teletekst-gebruik via een digitaal toestel dat met een HDMI-kabel verbonden is met een televisietoestel, niet meer geregistreerd via het CIM.

'De VRT-websites hadden dagelijks gemiddeld 818.986 unieke bezoekers.'

⁵⁴ De VRT besliste om de opdracht van Cobra.be vanaf toe te wijzen aan Canvas.be. Dat gebeurde in afspraak tussen de VRT en de minister van Media. (Meer informatie over Cobra.be: zie p.65.)

⁵⁵ Cijfers voor Digitekst zijn niet beschikbaar.

⁵⁶ Eén, Canvas, Ketnet, Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, MNM, Klara, Deredactie.be en Sporza.
⁵⁷ Opmerking: dat zijn geen unieke fans/volgers. Een fan/volger voor een VRT-merk kan dat ook zijn van een ander VRT-merk.

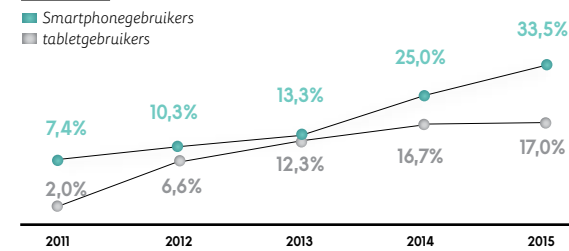
2.5 MOBIEL AANBOD

Het online-aanbod kon op een gebruiksvriendelijke manier bekeken worden op mobiele toestellen. Voor verschillende thema's (bijvoorbeeld nieuws) en programma's bood de VRT mobiele applicaties.

- > In 2015 gebeurde 33,3% van de bezoeken met een smartphone (ten opzichte van 25,0% in 2014).
 - Sporza.be werd in 40,5% van de bezoeken geraadpleegd via een smartphone (ten opzichte van 31,5% in 2014).
 - Bij Deredactie.be was dat 28,5% (2014: 13,3%).
 - MNM.be (41,0% ten opzichte van 21,9% in 2014) bij de radionetten en Een.be (23,6% ten opzichte van 10,9% in 2014) bij de televisienetten werden relatief vaker bezocht.
- > In 2015 gebeurde 17,0% van de bezoeken met een tabletcomputer (ten opzichte van 16,7% in 2014).
 - In 2015 werd Ketnet.be in 34,6% van de bezoeken, bezocht via een tabletcomputer (ten opzichte van 29,6% in 2014), relatief vaker dan voor Een.be en Canvas.be.
 - Radio2.be werd bij de radionetten relatief het vaakst bezocht (18,0% ten opzichte van 15,4% in 2014).



EVOLUTIE AANDELEN SMARTPHONE- EN TABLETGEBRUIKERS TEN OPZICHTE VAN HET TOTAAL AANTAL GEBRUIKERS VAN DE VRT-SITES (GEMIDDELD AANTAL BEZOEKERS PER MAAND) (IN%) (2011-2015)



BRON: COMSCORE - VRT-STUDIEDIENST



VRT-APPS

In 2015 was de VRT op de mobiele platformen aanwezig met nieuwe applicaties:

- > *de Blokken-app* (iOS en Android) met drie spel-modules van het televisiespel;
- > *de Sporza Voetbal-app* (iOS en Android) met meldingen van het wedstrijdverloop van de Jupiler Pro League en verschillende buitenlandse competities;
- > *de Deredactie-app* (iOS en Android) met nieuwsberichten, videobeelden en live streamings;
- > *de Klaslokaal Abnormaal Puzzel-app* (iOS en Android) met spelletjes uit de gelijknamige Ketnet-quiz;
- > *de Klaslokaal Abnormaal Finale-app* (iOS en Android) met het finalespel uit het Ketnet-programma;



- > *de StuBru Drops-app* (iOS en Android) waarbij de gebruikers muzieknnummers aan locaties kunnen koppelen;
- > *de Ketnet Jr.-app* (iOS en Android) met afleveringen en spelletjes van Ketnet-programma's voor peuters en kleuters;
- > *de Allesweter-app* (iOS en Android) liet toe om samen met anderen te zoeken naar de allesweter in het gelijknamige programma;
- > *de Studio Brussel Nieuwe Lichting-app* (iOS) waarbij je de winnaars van de talentenwedstrijd kon zien optreden op je mobiel toestel.

De VRT ontwikkelde twee apps voor AppleTV. Met *de Canvas-app* kunnen gebruikers van AppleTV Canvasprogramma's gratis opvragen. Met *de Journaal-app* kunnen ze de meest recente uitzending van *Het Journaal* (integraal en per reportage) herbekeken op hun televisietoestel.

VRT Onderzoek & Innovatie testte op het Dranouter-festival een "festivalapp", waarop filmpjes van bezoekers gecombineerd werden met de professionele beelden van de optredens. De app is een onderdeel van een Europees onderzoeksproject, ondersteund door de Europese Commissie. De VRT werkt daarvoor samen met de BBC, iMinds, en bedrijven en onderzoekscentra uit Duitsland en Oostenrijk.

In 2015 lanceerde VRT Line Extensions geen nieuwe apps als een commerciële afgeleide van een programma.

'De VRT testte een "festivalapp" waarop filmpjes van bezoekers van een muziekfestival gecombineerd werden met professionele beelden'

2.6 NIEUWS / CULTUUR / SPORT / EDUCATIE



NIEUWS

De openbare omroep biedt onpartijdige, onafhankelijke en betrouwbare informatie en duiding. Hij zet daarvoor al zijn netten en mediaplatformen in.

Op basis van de nieuwsuitzendingen, bood Eén op weekdagen gemiddeld 100 minuten aan nieuwsprogramma's. Op radio bood Radio 2 op weekdagen, wegens de deels ontkoppelde uitzendingen, het hoogste aantal nieuwsminuten (gemiddeld 116 minuten). Radio 1 had op weekdagen gemiddeld 109 minuten per dag aan nieuwsuitzendingen.

NIEUWSUITZENDINGEN PER DAG EN PER NET IN 2015
(GEMIDDELD IN MINUTEN PER DAG)

NET(*)	WEEKDAGEN	ZATERDAG	ZONDAG
EÉN (**)	100	91	80
CANVAS (***)	37	11	12
KETNET (****)	26	32	19
RADIO 1	109	99	101
RADIO 2 (*****)	116	92	98
KLARA	93	65	73
STUDIO BRUSSEL	69	59	59
MNM	82	67	69

(*) Voor Eén, Canvas en Ketnet: zonder de nachtelijke herhalings. Voor de radionetten zijn er geen nachtelijke herhalings maar telkens nieuwe bulletins.

(**) De journaals van 13 uur, 18 uur en 19 uur en Het Journaal laat

(***) Cijfer: tot en met 23 augustus: de volledige uitzending van Terzake van maandag tot en met vrijdag. Vanaf 24 augustus had Canvas een nieuw programmaschema. Uitzonderlijk was er vanaf dan een uitzending van Het Journaal op weekdagen. De gemiddelde duur van die uitzendingen bedroeg 8 minuten.

(****) Karrewiet, Karrewiet plus, De week van Karrewiet en Karrewiet met Vlaamse Gebarentaal

(*****) Regionale nieuwsuitzendingen inbegrepen + op feestdagen: 107 minuten

BRON: VRT-STUDIEDIENST

EXTRA INITIATIEVEN

- > De voorgaande jaren zond Canvas *Villa Politica* uit. Omdat die zender in 2015 stopte met zijn namiddagprogrammering, werd het politieke duidingsprogramma vanaf januari opnieuw op Eén uitgezonden.
- > Eind augustus startte Canvas met *De afspraak*, een nieuw dagelijks actuaiprogramma (maandag tot en met vrijdag). Het programma bevatte reportages en interviews over actuele thema's in het algemene binnen- en buitenlands nieuws, economie en ondernemen, cultuur, wetenschap en sport. *Terzake* "verhuisde" naar later op de avond (waar het de naam *Terzake* laat kreeg). Het format van het programma werd aangepast en bevatte voortaan een lang gesprek met een gast uit de actualiteit en een onderzoeksreportage. Na evaluatie van het najaarsaanbod besliste Canvas om vanaf 5 januari 2016 *Terzake* opnieuw te verhuizen naar het vroegere uur, voorafgaand aan *De afspraak*.
- > Op vrijdag zond Canvas vanaf oktober *Keien van de Wetstraat* uit. Het programma bestond uit een dubbelinterview met een politicus en een gast uit het maatschappelijke veld.



- > Naar aanleiding van de aanslagen in Parijs (in november) bracht de nieuwsdienst een speciale thema-uitzending: *Wat nu? Vragen na Parijs* (Eén). In het programma werden vragen van kijkers voorgelegd aan experts en politici. Het online platform *Antwoorden na Parijs* (Canvas.be) gaf informatie en duiding bij de vragen van Vlamingen na de aanslagen in Parijs.
- > De nieuwsredactie maakte extra televisie-uitzendingen (*VRT Nieuws Live*), bijvoorbeeld over de aanslagen in Parijs (in januari (Charlie Hebdo) en in november) en over de vliegcrash met German Wings. *Het Journaal* had ook extra uitzendingen, onder andere over een antiterreuractie in Verviers en het akkoord over een herstelprogramma

tussen de Europese Unie en Griekenland. De radionieuwsdienst had op Radio 1 extra uitzendingen naar aanleiding van de aanslagen in Parijs (bij de aanslagen in het najaar ook op MNM en Radio 2), de antiterreuractie in Verviers en de Internationale Klimaatop in Parijs.



- > VRT Nieuws bracht regelmatig langere reportagereeksen in het informatieaanbod op televisie, radio en online, zoals een reeks over het economisch en maatschappelijk leven op de oude Zijderoute, van China tot in Europa, en een soortgelijke reeks over Afrikaanse landen.
- > VRT Nieuws lanceerde een themasite naar aanleiding van het proces omtrent de dood van Jonathan Jacob. De site bevatte een overzicht van de feiten, de stand van het gerechtelijk onderzoek, extra onderzoeksdocumenten en alle beeld- en geluidsmateriaal uit het VRT-archief.
- > Als experiment lanceerde de VRT-nieuwsdienst samen met Newsmonkey *Het kibbelkabinet*, een wekelijkse podcast (via Soundcloud en iTunes) en livestream (via Periscope, Meerkat en YouTube Live). Politieke journalisten interviewden daarbij elke week een politicus. Na een evaluatie besloot de nieuwsdienst om het experiment stop te zetten.
- > De VRT-nieuwsdienst stelde via een eigen marktconforme syndicatiedienst audiovisueel nieuwsaanbod ter beschikking van de Vlaamse schrijvende pers. Op die manier konden zij van het VRT-videomateriaal gebruikmaken om hun berichtgeving te ondersteunen. Tegelijkertijd verhoogde zo het bereik van het VRT-nieuwsaanbod.

LIVESTREAMING OP DEREDACTIE.BE

In 2015 bood Deredactie.be livestreaming van *Het Journaal van 13 uur*, *Het Journaal van 19 uur met Vlaamse Gebarentaal* en *Villa Politica*. Dat was ook het geval bij verschillende nationale en internationale gebeurtenissen en evenementen, zoals de persconferentie van het federale kernkabinet over de antiterrorisme maatregelen (16 januari), de gedeeltelijke zonsverduistering (20 maart), het Groot Kopstukendebat in Leuven (4 mei), de herdenkingsuitzending over de Slag van Waterloo (18 juni), de uitreiking van de Nobelprijs voor de vrede (9 oktober), de Last Post-ceremonie in Ieper (11 november) en de slotshow van Music for Life (24 december).



Villa Politica volgde de Vlaamse feestdag vanuit het Brusselse stadhuis.

AANDACHT VOOR HET BUITENLAND

Buitenlandse berichtgeving bestond uit berichten van internationale nieuwsorganisaties, verslagen van eigen correspondenten en langere reportages van buitenlandse omroepen. Die laatste werden uitgezonden in *Koppen* (XL) (Eén), *Terzake* (Canvas), *Panorama* (Canvas) en *Vranckx* (Canvas). Het maandelijks programma *Villa Politica Europa* had aandacht voor de Europese politiek.

Uit interne metingen (op basis van steekproeven verspreid over het hele jaar) bleek dat in 2015 gemiddeld 35,5% van de items in *Het journaal van 19 uur* over nieuws uit het buitenland ging.

Het budget voor buitenlandse correspondenten werd vanaf 2015 op een andere manier ingezet: de vaste correspondentieschappen in Peking en Washington werden stopgezet en het systeem van pop-upcorrespondenten werd verder uitgerold. Daardoor kon er meer aandacht gaan naar andere continenten en kon thematisch aanbod beter uitgewerkt worden. Op die manier had VRT Nieuws tijdelijke correspondenten, zoals voor de thema's deradicalisering, de vluchtelingenroute, de terreurorganisatie IS en de millenniumdoelstellingen van de Verenigde Naties.

De VRT-nieuwsdienst werkte voor de buitenlandberichtgeving ook samen met andere omroepen (zie p. 27).

ONDERZOEKSJOURNALISTIEK

De VRT investeerde in onderzoeksjournalistiek. Het duidingsprogramma *Panorama* (Canvas) bevatte, naast aangekochte reportages, eigen onderzoeksjournalistiek in diverse domeinen, zoals over chronische lyme (*Chronische lyme: epidemie of fantasie?*), het omgaan met radicalisering door Vlaamse moslims (*Mijn jihad*) en de impact van verkrachtingen (*Het nadeel van de twijfel*).

Ook andere nieuwsdienstprogramma's toonden de resultaten van journalistiek onderzoekwerk. Zo had het consumentenprogramma *Volt* (Eén) bijvoorbeeld aandacht voor onveilige seks op muziekfestivals en het aantal oplaadpalen voor elektrische auto's. *Koppen* (Eén) had onder andere reportages over omgaan met verpakkingen en afval, het nut van huiswerk voor kinderen, de opvang van geïnterneerden en het omgaan door jongeren met vriendschapsverzoeken op Facebook. *Terzake* (Canvas) voerde eigen onderzoek over onder andere de populariteit van Koranscholen en de hoeveelheid fijn stof in ons land. Via de duidingsprogramma's van Radio 1 maakte de nieuwsdienst onderzoeksresultaten bekend, onder andere over de besparingen bij Defensie en het verlies door jongeren van hun inschakelingsuitkering.

DEONTOLOGISCH KADER, KWALITEIT EN OPLEIDINGEN

Medewerkers van de nieuwsdienst volgden samen meer dan 50 verschillende opleidingen. Dat waren onder andere workshops over storytelling en over deontologie en informatiesessies met experts. Tijdens een "brainstormdag" zochten de medewerkers, samen met gastsprekers, naar nieuwe inzichten over de invulling van de informatieopdracht in de toekomst.

'Voor haar informatieopdracht zet de VRT al haar netten en platformen in.'

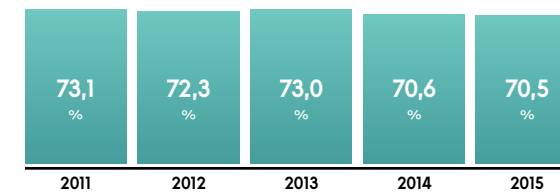
BEREIK NIEUWSAANBOD

Per dag keek gemiddeld 70,5% van de VRT-kijkers (1.971.964 mensen) naar een journaal of een duidingsprogramma (norm: 60%). Dat is 33,7% van alle Vlamingen die ten minste 4 jaar oud zijn. Gemiddeld 94,8% van alle VRT-luisteraars luisterde dagelijks naar de nieuwsbulletins van de VRT-radionetten (norm: 80%). Dat komt neer op 51,4% (2.813.730 luisteraars) van alle Vlamingen die 12 jaar of ouder zijn.

EVOLUTIE 2012-2015

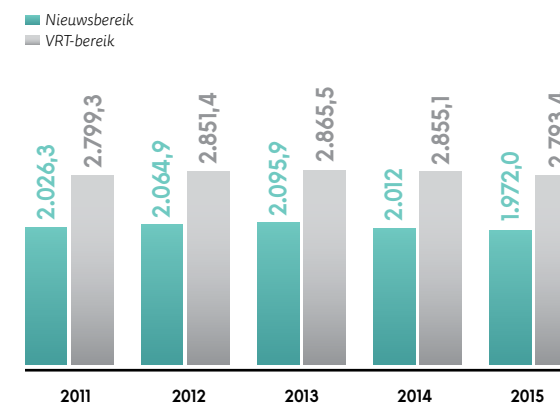
Gedurende de periode 2012-2015 daalde het bereik van de journaals en de duidingsprogramma's op VRT-Televisie met 1,8-procentpunten (of -92.936 kijkers). Dat kwam voornamelijk omdat de Vlaamse mediagebruiker zich vaker via andere media (zoals Deredactie.be) informeerde. Tussen 2012 en 2015 bleef de nieuwsperformantie van VRT-radio vrij stabiel (94,8% in 2015 ten opzichte van 95,2% in 2012)⁵⁸.

GEMIDDELD CUMULATIEF DAGBEREIK VAN HET VRT-TELEVISIEAANBOD EN PERFORMANTIE (= AANDEEL (IN%) VAN HET NIEUWSDAGBEREIK IN HET TOTALE VRT-TELEVISIEBEREIK) (2011-2015)



BRON: CIM|GFK-AUDIMETRIE - VRT-STUDIEDIENST

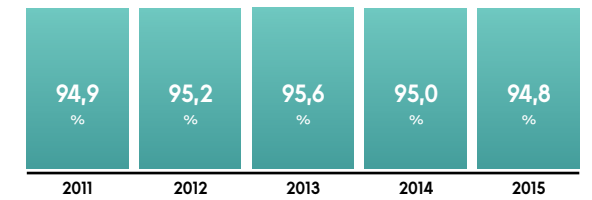
GEMIDDELD CUMULATIEF DAGBEREIK VAN DE VRT-TELEVISIEJOURNAALS EN DUIDINGSPROGRAMMA'S (IN DUIZENDTALLEN) (2011-2015)



BRON: CIM|GFK-AUDIMETRIE - VRT-STUDIEDIENST

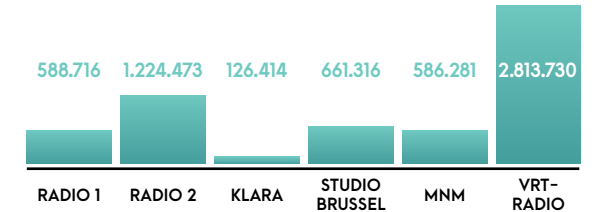
⁵⁸ Ondanks de procentuele daling (-0,4%), nam het aantal luisteraars van de nieuwsuitzendingen op VRT-radio tussen 2012 en 2015 in absolute eenheden toe (+29.154 personen)

EVOLUTIE NIEUWSPERFORMANTIE VRT-RADIO (= AANDEEL BEREIK VAN DE NIEUWSBULLETINS OP VRT-RADIO TEN OPZICHTE VAN BEREIK VAN VRT-RADIO) (2011-2015) (IN%)



BRON: CIM-RADIOSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST

GEMIDDELD DAGBEREIK VAN ALLE NIEUWSUITZENDINGEN PER VRT-RADIONET IN 2015



BRON: CIM-RADIOSTUDIE - VRT-STUDIEDIENST

HET BEREIKEN VAN JONGEREN



Jongeren zijn doorgaans de bevolkingsgroep die het eerst overstapt naar nieuwe mediavormen. De voorbije jaren bleek dat zij hun nieuwsbehoefte steeds vaker invulden met behulp van het internet en de sociale media.

De VRT investeerde in 2015 in een aangepast informatieaanbod voor jongeren.

- > MNM en Studio Brussel zonden dagelijks elk 14 nieuwsuitzendingen gericht naar jongeren uit. Bij belangrijke gebeurtenissen boden ze extra nieuwsberichten. Naar het nieuwsaanbod op MNM luisterden gemiddeld per dag 586.281 luisteraars (+7,5% ten opzichte van 2014), voor Studio Brussel waren dat 661.284 luisteraars (+3,5% ten opzichte van 2014). Dagelijks samen goed voor 44,3% van het totaal aantal luisteraars van het nieuwsaanbod op VRT-radio.
- > Op weekdagen bood MNM "op het halfuur" in *De grote Peter Van De Veire ochtendshow* en *Planeet De Cock* duidingsitems bij het nieuws. Bij Studio Brussel gebeurde dat in *Siska staat op* en *Vincent Byloo*.
- > Het Ninja-nieuws (korte nieuwsvideo's die via de sociale media verspreid worden) bood MNM vanaf 2015 ook in de schoolvakanties aan.



▲ Studio Flagey (Canvas)

CULTUUR

De VRT heeft aandacht voor cultuur (kunsten, architectuur, film en fictie, muziek, erfgoed en letteren) uit binnen- en buitenland. De omroep maakt cultuur toegankelijk voor alle bevolkingsgroepen. Hij zet de mediagebruikers aan om te participeren aan het culturele aanbod in de Vlaamse Gemeenschap.

AANBOD

Alle VRT-netten droegen bij aan de invulling van de culturele opdracht⁵⁹. Dat deden ze zowel met een aantal specifieke cultuurprogramma's als met meer "gemengde" programma's (zoals *Iedereen beroemd* (Eén) en *De madammen* (Radio 2)).

De informatieprogramma's berichtten over de culturele actualiteit. In 2015 bevatten de hoofdjournaals van Eén (13 uur, 19 uur en *laat*) 674 unieke cultuuriems (norm: 200).

Enkele voorbeelden van de specifieke aandacht voor cultuur op de diverse VRT-netten:

- > Radio 1: Op zondag volgde na het cultuurprogramma *Bar du matin* (met items over culturele prestaties) *Touché*, waarbij een centrale gast werd geïnterviewd over cultuur en maatschappelijke gebeurtenissen. *Interne keuken* nodigde culturele gasten en non-fictie-auteurs uit. De duidingsprogramma's (*De ochtend*, *De wereld vandaag* en *Bonus*) volgden de cultuuractualiteit en wezen de luisteraar op culturele prestaties en evenementen. Culturele items kwamen aan bod in *De bende van Annemie*, *Braakland* en *Nieuwe feiten*.

'Cultuur komt aan bod in specifieke cultuurprogramma's, in "gemengde" programma's en in informatieprogramma's.'

- > Radio 2: De regionale actiemagazines *Start je dag* en *Radio 2 regionaal* hadden aandacht voor het lokale cultuurleven in de regio. Cultuur kwam aan bod in *De madammen*, *Spits met David*, *Weekendwekker* en *De rotonde*.
- > Studio Brussel: Jongerencultuur kwam aan bod in *Siska staat op*, *Vincent Byloo* en *Linde Live*. Vlaamse muziekprojecten en -initiatieven werden belicht in *Select* (voorjaar) en *Zender* (najaar). *Lemaire luistert* had aandacht voor de muziek van een centrale gast.
- > MNM: *De grote Peter Van de Veire ochtendshow*, *Planeet De Cock* en *MNM Weekend* berichtten over culturele actualiteit uit de levenssfeer van jongeren. *Generation M* interviewde jongeren over wat hen, onder andere op het culturele vlak, bezighield.
- > Klara (zie p. 42) stond volledig in het teken van kunst en cultuur. Het net programmeerde in 2015 drie tot vier keer per week een live-concertopname uit binnen- of buitenland uit.⁶⁰ Klara had vier culturele coproducties (norm: 2).⁶¹
- > Eén: Redactionele culturbijdragen waren er onder meer in *De zevende dag*, *1000 zonnen* en *Vlaanderen Vakantieland*. Eén programmeerde op cultuurvlak verder onder meer concerten met klassieke muziek (zoals het Kerstconcert in het Koninklijk Paleis) en niet-klassieke muziek (zoals *De Nekkanacht*), Vlaamse fictie (zoals *Vriendinnen*), muziekshows (zoals *Zomerhit* en *Pop Up Live*) en Vlaamse films.

⁵⁹ Als gevolg van de opgelegde besparingen in 2015, kwamen de VRT en de minister van Media overeen dat Klara het aantal live-concertopnames uit binnen- of buitenland kon laten dalen van 1 per dag naar 3 à 4 per week.

⁶¹ Klara in deSingel (met deSingel, Koninklijk Conservatorium Antwerpen en AP Hogeschool), Klarafestival (met Festival van Vlaanderen Brussel en Bozar Music), Jazz Middelheim (met Jazz en Muziek) en Iedereen Klassiek (met Concertgebouw Brugge en Stad Brugge).

- > Canvas: De duidingsprogramma's *Terzake (laat)*, *Reyers laat* en *De afspraak* hadden meermaals per week een cultuuritem. Canvas had verschillende cultuurprogramma's (zie ook p. 52) zoals *Hoera Cultuur!* (met actuele cultuurreportages), *Alleen Elvis blijft bestaan*, *Studio Flagey* en *Puur muziek*. Canvas programmeerde 90 cinefiele films (norm: 52), 19 kortfilms en verschillende auteursdocumentaires die in coproductie met het VAF tot stand kwamen, zoals de reeks *Archibelge* (norm: 1). In totaal kwamen 37 documentaires over kunst en cultuur aan bod in programma's zoals *Off the Record* en *De Canvasconnectie* (met portretten van kunstenaars).

▼ Archibelge



▲ Touché

- > Ketnet: Het nieuwsprogramma *Karrewiet* had regelmatig aandacht voor cultuur. In *de wrap* en *Ketnet Kingsize* kwamen persoonlijkheden uit de Vlaamse cultuursector aan bod. *Kapitein Winokio's grote notenboot* bracht jonge kinderen in contact met muziek. Het culturele erfgoed van sprookjes kwam onder andere aan bod in *Sprookjes van Grimm* en *Missy Mila*.

Op alle netsites konden mediagebruikers actuele cultuurtips zoeken via een zoekmodule van *Uit in Vlaanderen*.

Samen met diverse culturele partners zette de VRT 11 crossmediale projecten (norm: 10) op rond: Mons 2015, Gedichtendag, Waterloo 2015, Beste Buren, Heerlijk Helder, De Gouden Boekenuil en de Boekenweek, De Koningin Elisabethwedstrijd, Film Fest Gent, De Boekenbeurs van Antwerpen, Europalia Turkije en De week van het Nederlands.



COBRA.BE

Cobra.be was de themasite van de VRT die in het teken stond van de culturele agenda. De website bevatte tal van items uit het culturaanbod van de VRT-netten en recensies over nieuwe films, boeken, cd's en theatervoorstellingen. De VRT besliste om de cultuursite stop te zetten en de opdracht vanaf 24 augustus toe te wijzen aan Canvas.be. Dat gebeurde in onderlinge afspraak tussen de VRT en de minister van Media, mede als gevolg van de opgelegde besparingen voor 2015. Cobra.be zelf bleef nadien bestaan als archiefsite.

Enkele keren werd een VRT-captatie live gestreamd op Cobra.be. Dat was bijvoorbeeld het geval met *De Gouden Boekenuil* vanuit de Koninklijke Vlaamse Beurschouwburg en de Koningin Elisabethwedstrijd vanuit Bozar.

Cobra.be en Canvas.be zetten samen zes tijdelijke interactieve projecten op waarin de mediagebruiker kon participeren met eigen aanbod:

- > Voor Gedichtendag konden personen hun gedicht insturen om te verspreiden via Cobra.be.
- > Naar aanleiding van de Koningin Elisabethwedstrijd konden jongeren een videofragment met een viool- of cellopresentatie insturen (*Classic Battle*).
- > Cobra.be en Musique 3 stelden een 'schaduwjury' samen voor de Koningin Elisabethwedstrijd. De zes/les six werd samengesteld uit conservatoriestudenten. Zij gaven hun mening over de prestaties van de deelnemers aan de muziekwedstrijd.
- > Cobra.be opende een pagina waar de mediagebruikers hun favoriete muzikant van de Koningin Elisabethwedstrijd konden aanduiden.
- > Voor de voorstelling *Mount Olympus* van Fabre in Berlijn lanceerde Cobra een Twitteroproep waarbij de berichten online werden geplaatst.
- > Canvas.be organiseerde in het kader van de Boekenbeurs van Antwerpen #dezinvan. Bij dat interactieve project konden surfers hun favoriete zin uit een boek posten op de site.

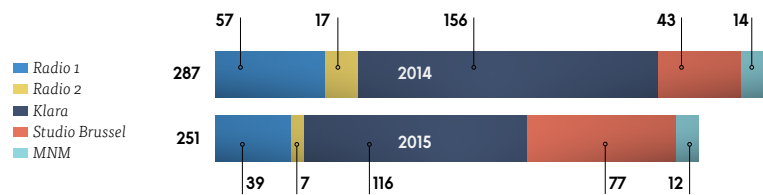
STIMULEREN VAN CULTUUR

De VRT-netten stimuleerden de cultuurcreatie en – participatie in Vlaanderen. Enkele voorbeelden:

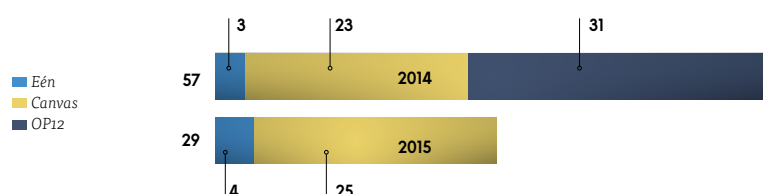
- > Radio 1 ging samen met zijn luisteraars op zoek naar *Het beste boek* in de Nederlandstalige literatuur van de voorbije 25 jaar.
- > Radio 2 Oost-Vlaanderen organiseerde (in samenwerking met de Provincie Oost-Vlaanderen) een nieuwe editie van *Een thuis voor een beeld*, dat kunst in openbare ruimte promootte.
- > Tijdens de Museum Night Fever zond Studio Brussel live uit vanuit Bozar (een gezamenlijk initiatief van de Brusselse musea).
- > De finale van de Kunstbende in Kortrijk werd live gebracht door Studio Brussel.
- > Met *Start to dj* stimuleerde MNM jong dj-talent. (zie p. 45)
- > MNM zond een dag uit vanop de Boekenbeurs van Antwerpen (*MNM Boekendag*).

In 2015 nam de VRT 251 concerten op voor uitzending op de radionetten (norm: 200) en 29 voorstellingen, concerten of festivals voor uitzending op de televisienetten (norm: 10). Wegens besparingen (met onder andere het stopzetten van OP12) waren dat er minder dan in 2014.

AANTAL CULTUURREGISTRATIES PER NET OP VRT-RADIO



AANTAL CULTUURREGISTRATIES PER NET OP VRT-TELEVISIE



EVOLUTIE 2012-2015

De VRT investeerde de voorbije jaren in haar cultuuraanbod. Dat blijkt onder andere uit onderstaande resultaten.

- Het aantal cultuuritems in de hoofdjournaals op VRT-Televisie nam elk jaar toe: 2012: 534 items, 2013: 568, 2014: 639 en 2015: 674 (norm: 200). (In 2015: een stijging van 26,2% ten opzichte van 2012.)
- De opgelegde cultuurdoelstellingen voor Canvas evolueerden als volgt:
 - auteursdocumentaire reeks: 2013: 1, 2014: 3, 2015: 1 (norm: 1)⁶²
 - cinefiele film: 2012: 26, 2013: 81, 2014: 84, 2015: 90 (norm: 52)
 - uitzendingen over cultuuronderwerpen met archiefwaarde: 2012: 18, 2013: 22, 2014: 28, 2015: 37 (norm: 15)
- De resultaten op de meetbare Klara-normen waren:
 - uitgezonden concertopnames: 2012-2014: dagelijks, 2015: 3 à 4 per week (norm: minstens 1 per dag)⁶³
 - coproducties: 2012: 5, 2013: 6, 2014: 5, 2015: 4 (norm: 2)
- De captaties op radio en televisie lagen elk jaar boven de opgelegde normen:
 - radio: concerten: 2012: 263, 2013: 297, 2014: 287, 2015: 251 (norm: 200)
 - televisie: concerten, voorstellingen of festivals: 2012: 52, 2013: 35, 2014: 57, 2015: 29 (norm: 10)
- Cobra.be organiseerde tijdelijke interactieve projecten: 2012: 5, 2013: 7, 2014: 7, 2015: 6 (waarvan een door Canvas.be) (norm: 5)
- De VRT participeerde samen met diverse culturele partners in crossmediale projecten: 2012: 10, 2013: 11, 2014: 10, 2015: 11 (norm: 10)
- Elk net organiseerde elk jaar minstens één evenement dat een cultureel thema of een muziekgenre toegankelijker maakte voor een breed publiek (norm: 1 per net).

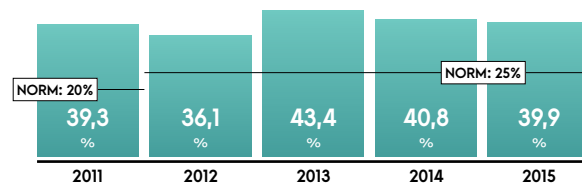
BEREIK

De cultuurprogramma's op de televisienetten bereikten samen gemiddeld 39,9% van de Vlaamse bevolking (norm: 25%). Het cultuuraanbod op VRT-Televisie kreeg in 2015 een waardering van 8,1 op 10.

EVOLUTIE 2012-2015

Het weekbereik voor cultuurprogramma's op de televisienetten bleef in de periode 2012-2015 steeds boven de norm. Dat komt omdat de cultuurprogramma's over het hele jaar gespreid werden en dat enkele programma's in primetime (zoals muziekprogramma's (bijvoorbeeld *Pop Up Live* (Eén)), Vlaamse films (zoals *Groenten uit Balen* en *Pauline & Paulette*) en Vlaamse fictie (zoals *T*, (Eén) en *Dossier K*, (Eén)) een relatief hoog bereik haalden.

CUMULATIEF WEEKBEREIK VAN DE VRT-CULTUURPROGRAMMA'S (IN %) (2011-2015) (NORM = 15 MINUTEN CONSECUTIEF KIJKEN)



BRON: CIMJGFK-AUDIMETRIE – VRT-STUDIEDIENST

⁶² In 2012 werden in totaal 10 auteursdocumentaires uitgezonden.

⁶³ Als gevolg van de opgelegde besparingen in 2015, kwamen de VRT en de minister van Media overeen dat Klara het aantal live-concertopnames uit binnen- of buitenland in 2015 kon laten dalen van 1 per dag naar 3 à 4 per week

SPORT

SPORZA



De VRT had een divers sportaanbod. 44 verschillende sporten⁶⁴ kwamen aan bod in het magazine *Sportweekend* (Eén) (norm: 30)⁶⁵. In *Sporza op zondag* (Eén)⁶⁶ werden 26 sporttakken behandeld. Om de minder bekende sporten te promoten voerde de VRT een actief programmeringsbeleid. Samenvattingen van minder bekende sportdisciplines werden regelmatig gekoppeld aan populaire sportevenementen. (Bijvoorbeeld: motorcross, handbal en atletiek krijgen aandacht voor of na een wielervedstrijd.) Op die manier bereikte een “kleine sport” (een veelvoud) meer kijkers dan wanneer ze niet in combinatie met een meer populaire sport uitgezonden zou worden.

Naast de sportverslaggeving zond Eén *Merci Merckx* uit, een sportreeks naar aanleiding van de 70ste verjaardag van Eddy Merckx. *Afspraak in Rio* toonde de voorbereiding van topsporters op de Olympische Spelen in 2016. *Jonge benen* portretteerde jonge Vlaamse wielrenners. In programma's zoals *Van Gils & gasten*, *Bart en Siska*, *Ja Jan en Ook getest op mensen* ging er aandacht naar sport en sportbeleving.

Canvas bood naast verslagen van wedstrijden verschillende programma's over sport (zie p. 53). Na het voorjaarseinde van de wekelijkse voetbaltalkshow *Extra time*, bood Canvas wekelijks sportdocumentaires over diverse onderwerpen. Naar aanleiding van het overlijden van Rik Coppens zond Canvas een documentaire over de voetballer uit. Ook bij het overlijden van de oud-wielrenner Claude Criquielion bracht Canvas een documentaire (uit de reeks *Belga sport*).

Ketnet had in zijn aanbod aandacht voor sport (bijvoorbeeld op de Dag van de sportclub en een aflevering van *Kingsize Live* met ex-velddrijder Niels Albert) en bewegen (zoals met *De buitenspeeldag* en een *Stambos*-evenement (zie p.55) met steltlopen en dansen).

Radio 1 bracht live verslaggeving van wielervedstrijden (zoals de voorjaarklassiekers en de Ronde van Frankrijk (in *Radio Tour*)), voetbalwedstrijden uit de Belgische competitie, de Champions League, de Europa League en van Belgische nationale ploeg. Het radionet had ook aandacht voor andere sporten

Jonge benen (Eén)



Afspraak in Rio (Eén)



(in totaal meer dan 30), zoals tennis (met bijvoorbeeld verslag van Roland Garros en Wimbledon), het WK atletiek en de Iron Man Triatlon.

De sportsite Sporza.be bood voornamelijk videofragmenten en sportresultaten, aangevuld met tekstuele verslagen en foto's. De website had een mobiele versie en bevatte het Match Center (zie p. 58). Voor zover de VRT over de rechten beschikte, waren de videobeelden ook te bekijken buiten België. Via Teletekst werd bericht over sportgebeurtenissen (voornamelijk over voetbal). Sporza was ook aanwezig op de sociale media.

De VRT riep in een campagne van *Music for Life* voor *De warmste week* (zie p. 33) de Vlamingen op om mee te lopen voor het goede doel tijdens de “warmathons” in vijf verschillende Vlaamse steden.

SAMENWERKING

De VRT besprak in december 2015 haar sportbeleid en –aanbod met Sport Vlaanderen, Topsport Vlaanderen en de Vlaamse Sportfederatie. In de loop van het jaar had de omroep geregeld overleg met diverse sportfederaties en –organisatoren.

Met verschillende media- en distributiebedrijven had de VRT overeenkomsten met betrekking tot sport.

- > De VRT had overeenkomsten met Mediaaan, SBS Belgium en Proximus over het uitwisselen van sportcontent voor gebruik in nieuwsuitzendingen.
- > Met Telenet had de VRT een samenwerkingsovereenkomst over onder meer het gebruik van archiefbeelden, het inzetten van commentatoren

⁶⁴ Atletiek, autosport, baanwielrennen, badminton, basketbal, beachvolleybal, biljarten, BMX, boksen, cricket, endurocross, formule 1, golf, golfsurfen, g-sport, gymnastiek, hamerslingeren, handbal, hockey, ijshockey, judo, korfbal, langlaufen, motorcross, motoGP, muurklimmen, paardensport, rally, rugby, schaatsen, schaken, skiën, strandvoetbal, surfen, tafeltennis, tennis, triatlon, veldlopen, veldrijden, voetbal, volleybal, wielrennen, zeilen en zwemmen

⁶⁵ Ten opzichte van 40 in 2012, 39 in 2013 en 42 in 2014.

⁶⁶ Het afstappen van een vast sportslot op zondagmiddag gebeurde in onderlinge afspraak tussen de VRT en de minister van Media, mede als gevolg van de opgelegde besparingen voor 2015.

en de verslaggeving van de Wereldbeker en de Superprestige (veldrijden). Een andere overeenkomst met Telenet had betrekking tot de Europa League voetbal, de Beker van België voetbal en de nationale volleybalcompetitie.

- > De VRT had een overeenkomst met DB Productions over het uitzenden van beelden van de nationale basketbalcompetitie.
- > De VRT werkte voor sport samen met andere EBU-omroepen, zoals met RTBF (met betrekking van de nationale voetbalt ploeg, de Special Olympics en de Beker van België voetbal en de uitwisseling van beelden, nieuwsberichten en reportages) en NOS (onder andere voor het uitwisselen van beelden).

VRT ALS HOST BROADCASTER⁶⁷

VRT was host broadcaster voor diverse sportevenementen, zoals de thuiswedstrijden van de nationale voetbalt ploeg (in samenwerking met RTBF), de Europa League voetbal (samen met RTL) en de Belgische clubs in de Champions League volleybal, het Europees volleybalkampioenschap in Antwerpen, het wereldkampioenschap BMX in Zolder, de finale van het wereldkampioenschap korfbal in Antwerpen, de finale van de Davis Cup tennis in Gent, de Memorial Van Damme en de Vlaamse wielervedstrijden.

'Verslagen van minder bekende sporten werden regelmatig gekoppeld aan populaire sportevenementen.'

KWALITEIT EN DEONTOLOGIE

De eigengemaakte producties hanteerden de EBU-normen. Sporza introduceerde het gebruik van minicamera's bij het wielerevenement De zesdaagse van Gent en een 360 graden-camera bij de Ronde van Vlaanderen, de Memorial Van Damme en de Druivencross in Overijse.

Tijdens een zogenaamde "profieldag" kwam de journalistieke aanpak en deontologie aan bod. De eindredacteuren van de sportprogramma's namen deel aan workshops over integriteit, onpartijdigheid en omgaan met sociale media.

⁶⁷ De omroep die instaat voor de productie en die de uitzending ter beschikking stelt van andere omroepen.



▲ Scheire en de schepping (Eén)

EDUCATIE

Eén had in verschillende programma's aandacht voor wetenschappelijke en algemene kennis. Dat gebeurde in de eerste plaats in informatieprogramma's, zoals *Het Journaal* en *Koppen*. *De schuur van Scheire* gaf in tien afleveringen wetenschappelijke verklaringen van dagelijkse bezigheden. Ook *getest op mensen* gaf wetenschappelijke toelichting bij voedings- en gezondheids-thema's. Andere Eén-programma's die educatieve waarde hadden waren bijvoorbeeld de reportagereeks *Ten oorlog II*, het tuinprogramma *Groenland* en de reisreeks *Reizen Waes*. *Expeditie Aarde* bevatte natuurdocumentaires uit de BBC-reeks *Life Story*.

In *Wetenschap redt de wereld* (Canvas) gaven topwetenschappers toelichting bij hun oplossingen voor wetenschappelijke problemen (zoals de opwarming van de aarde en het verband tussen stress en criminaliteit).

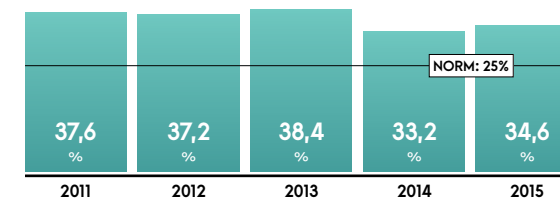
In elke aflevering van *HoeHoeHoe?* (Ketnet) werd gezocht naar het antwoord op een hoe-vraag uit het vakgebied van wetenschap en techniek. De reeks *Helden* (Ketnet) gaf op een eenvoudige manier toelichting bij wetenschappelijke of technische onderwerpen. In *Full Proof* (Ketnet) legden kinderen zelf wetenschappelijke experimenten uit.

De educatieve televisieprogramma's bereikten samen wekelijks gemiddeld 34,6% van de Vlaamse bevolking (norm: 25%).

Wetenschappelijke thema's kwamen ook op de radionetten aan bod. Dat was op Radio 1 bijvoorbeeld het geval in *De ochtend*, *Hautekiet*, *Interne keuken* en *Nieuwe feiten*. Bij Radio 2 werden regelmatig actuele maatschappelijke thema's vanuit een wetenschappelijke invalshoek benaderd, zoals in *De inspecteur*. Wetenschappelijke onderwerpen kwamen op Klara aan bod in diverse programma's, zoals *Espresso*. Verschillende MNM- en Studio Brussel-programma's hadden bij onderwerpen uit de levenssfeer van jongeren aandacht voor wetenschappen (bijvoorbeeld *Vincent Byloo* (Studio Brussel) en *Generation M* (MNM)).

De VRT werkte mee aan de De dag van de wetenschap. In het Radiohuis Leuven organiseerde Canvas een debat *Wetenschap redt de wereld*.

CUMULATIEF WEEKBEREIK VAN DE EDUCatieve VRT-PROGRAMMA'S (IN %) (2011-2015)
(NORM = 15 MINUTEN CONSECUTIEF KIJKEN)



BRON: CIM|GFK-AUDIMETRIE - VRT-STUDIEDIENST

EVOLUTIE 2012-2016

De VRT slaagde er tijdens de periode van de Beheersovereenkomst 2012-2016 in om met haar wetenschappelijke en educatieve televisieprogramma's elk jaar de opgelegde bereikdoelstelling (25%) te halen. Daarvoor zorgde ze voor een goede mix van educatieve programma's (zoals *Ook getest op mensen* (Eén), *Ten oorlog* (Eén) en *De leraarskamer* (Canvas)) die diverse bevolkingsgroepen het hele jaar lang aanspreken.

AANDACHT VOOR MEDIWIJSHEID

De VRT droeg in het verlengde van haar educatieve opdracht bij tot de mediawijsheid van de Vlaming. Met haar Actieplan Mediawijsheid had de omroep aandacht voor mediawijsheid in de algemene programmering, participatieve acties voor doelgroepen en het samenwerken met belanghebbenden.

> Aanbod & participatieve acties

Diverse aspecten van mediawijsheid kwamen aan bod in informatieve programma's, zoals *Hautekiet* (Radio 1), *De madammen* (Radio 2), *De grote Peter Van de Veire ochtendshow* (MNM), *Koppen* (Eén), *Ook getest op mensen* (Eén) en *Terzake* (Canvas). Online verspreidde de omroep mediathema's via zijn eigen websites en de sociale media, zoals met acties tijdens *De week van de cyberveiligheid*. Op Safer Internetday hadden verschillende VRT-programma's aandacht voor het veilig omgaan met internet (zoals *Hautekiet* (Radio 1) dat aandacht had voor de impact van internet op de gezondheid).

▼ Ook getest op mensen (Eén)



De Digitale Week was een campagne waarin allerlei organisaties initiatieven namen om de digitale geletterdheid en mediawijsheid te bevorderen. Verschillende VRT-netten hadden die week extra aandacht voor het thema, zoals MNM met een videowedstrijd *#opslaans*, Radio 1 met privacytips voor onlinegebruik (in *Hautekiet*) en Ketnet met een reportagereeks over het gebruik van nieuwe media met praktische tips in *Karrewiet*.

De VRT richtte zich, in het kader van mediawijsheid, tot specifieke doelgroepen met participatieve acties. Enkele voorbeelden:

- > Ketnet richtte zich met mediawijze acties op kinderen. Met de *Ketnet Jr.-app* kunnen kinderen tot 6 jaar leren om veilig hun eerste stappen op het internet te zetten. Het luik *Vet op het net* op Ketnet.be werd verder aangevuld met de *Roodkapje en de Sprookjes-chat* waarbij kinderen tips krijgen over veilig digitaal mediagebruik. In het *Ketnet Stambos* (Stambos.ketnet.be) konden kinderen leren om op een mediawijze manier met hun grootouders in contact te komen.
- > Voor verschillende programma's op MNM (zoals *Start to dj* en *Rock 'n Roll Radio Highschool*) werkten jongeren mee. De jongerenzender lanceerde *GenerationM.be*, een interactief platform waarvoor jongeren eigen bijdragen konden leveren.
- > *Studio Dada* was een opleidingstraject waarmee Studio Brussel op zoek ging naar nieuw radiotalent. Uit de 500 jonge kandidaten koos het net 20 jongeren die ervaring konden opdoen bij de zender.
- > *Samenwerking*

Samen met Mediawijs.be, het Vlaamse Kenniscentrum voor Mediawijsheid, de Canon Cultuurcel van het Departement Onderwijs, het Vlaams Instituut voor Audiovisuele Archivering en de universitaire onderzoekscentra SMIT (VUB) en MICT (UGent), organiseerde de VRT workshops waarbij "mediawijze" projecten werden voorgesteld.

De openbare omroep stelde content en expertise ter beschikking voor Nedbox. Dat digitaal platform had tot doel dat anderstaligen Nederlands konden leren. Het werd ontwikkeld in samenwerking met Het Centrum voor Taalonderwijs van de KU Leuven.

Voor haar nieuwe mediabank werkte Mediawijs.be samen met de VRT om video's (bijvoorbeeld uit *Terzake* (Canvas)) over mediawijze thema's (zoals online privacy en cyberpesten) te ontsluiten.

2.7 KWALITEITS- PERFORMANTIE

PUBLIEKE MEERWAARDE

De mate waarin het aanbod inspeelt op de behoeften van de samenleving, bepaalt de publieke meerwaarde van de openbare omroep.

BETROUWBAARHEID

VRT-NIEUWSDIENSTPROGRAMMA'S

Beroepsethisch kader

De deontologische richtlijnen voor VRT-journalisten zijn opgenomen in *Het redactiestatuut met inbegrip van de deontologische code voor de journalisten bij de VRT*. Centrale waarden die van toepassing zijn in de deontologie van de VRT-nieuwsdienst zijn: betrouwbaar, kwalitatief, accuraat, onafhankelijk van politieke partijen en drukingsgroepen, vrij van commerciële belangen, onpartijdig en diepgaand. Het document bevat tevens de waarborgen om journalistiek onafhankelijk te kunnen werken, los van commerciële, politieke, particuliere en groepsbelangen.

De onafhankelijkheid van de redactie moet te allen tijde tegenover de buitenwereld verdedigd worden door de hoofdredacteuren. Dat betekent ook dat ze ervoor moeten zorgen dat de redactionele inhoud niet wordt beïnvloed door andere (politieke, commerciële) belangen.

Klachten van derden over de invulling van de informatieopdracht kunnen behandeld worden door de Vlaamse Regulator voor de Media. Deontologische klachten kunnen ingediend worden bij de Raad voor Journalistiek.

Advies

De deontologische adviesraad is bevoegd om "gevraagd of ongevraagd deontologisch advies te geven aan de algemeen hoofdredacteur en/of de hoofdredacteuren" (artikel 21 van *Het redactiestatuut met inbegrip van de deontologische code voor de journalisten van de VRT*). De journalisten van de VRT verkiezen de 12 leden van de raad.

De deontologische adviesraad formuleerde in 2015 69 informele adviezen. Het merendeel kwam tot stand op vraag van een collega-journalist (56 keer). Op zes klachten van een mediagebruiker gaf de raad informeel advies. De adviezen hadden onder andere betrekking op onpartijdigheid, bescherming van de privacy en bescherming van minderjarigen.

De raad gaf vijf formele adviezen:

- > een over gedrag van journalisten op sociale media
- > een over een cumulaanvraag van een journalist
- > een over kritiek op *De afspraak* (Canvas)
- > een over een nieuwe richtlijn voor gsm-gebruik binnen de VRT
- > een over een analyse op *Deredactie.be* van een VRT-journaliste over de banden tussen Bart De Wever en David Cameron

In 2015 werden twee fouten in de berichtgeving rechtgezet op *Deredactie.be*: een over een verkeerde interpretatie van vermeende uitspraken van de paus en een over het onopzettelijk uitzenden van beelden van kinderporno in *Het Journaal van 18 uur*.

De VRT-nieuwssite publiceerde twee uitspraken van de Raad voor de Journalistiek: een over een reportage waarin de bisschop van Gent uitspraken doet over seksueel misbruik door priesters en een over een reportagereeks over Venezuela. De klacht tegen de VRT werd telkens ongegrond verklaard.

Opleiding en bewustwording

73 medewerkers volgden een deontologische opleiding.

De adviesraad formuleerde 17 deontologische tips die naar alle VRT-journalisten werden gestuurd. Ze handelden over verschillende zaken, zoals over berichtgeving van terrorisme, de privacy van terreurverdachten, het gebruik van drones, het waarschuwen van gruwelijke beelden en de VRT-dag "Op de vlucht".

'De hoofdredactie zorgt er voor dat de redactionele inhoud niet wordt beïnvloed door politieke of commerciële belangen.'



OP DE VLUCHT



De VRT vond het belangrijk dat zij als openbare omroep haar mediagebruikers goed informeerde over de vluchtelingencrisis. Daarom werkten alle netten samen voor #opdevlucht.

Op donderdag 10 september en in aanloop naar die dag hadden alle netten een eigen programma of initiatief in het teken van de vluchtelingencrisis, met informatie, debat, getuigenissen en verhalen. De netten hadden aandacht voor de inspanningen van Vlaamse initiatiefnemers en hulpverleners. De VRT waakte erover dat verschillende standpunten uit het maatschappelijk debat aan bod kwamen.

Een greep uit de programma's die meewerkten aan #opdevlucht: *Iedereen beroemd* (Eén), *Van Gils & gasten* (Eén), *De afspraak* (Canvas), *Radio Gaga* (Canvas), *Terzake laat* (Canvas), *de Ketnet-wrap* en *Karrewiet* (Ketnet), de verschillende nieuws- en duidingsprogramma's van Radio 1, *Op de vlucht* (een special van Radio 1), de regionale programma's en *De madammen*, *De inspecteur* en *Plaat Préféré* van Radio 2, *Music for Life* (Studio Brussel), *De grote Peter Van De Veire ochtendshow* (MNM), *Planeet De Cock* (MNM), *Siska staat op* (Studio Brussel), *Vincent Byloo* (Studio Brussel), *Espresso* (Klara) en *Deredactie.be*. De redacties werden ondersteund door de VRT-nieuwsdienst.

Een gelegenhedenwebsite bundelde de items die de netten hadden gebracht.

ANDERE PROGRAMMA'S

Het Programmacharter vormt het beroepsethisch kader voor de programma's die niet geproduceerd worden door VRT Nieuws. Naast de waarborgen van de redactionele vrijheid van de medewerkers, bevat het hun beroepsethische verantwoordelijkheden en plichten die ze moeten naleven.

De Programmacharterraad en de manager beroepsethiek hebben allebei hun eigen rol ten aanzien van het beroepsethisch kader.

- > De Programmacharterraad waakt over het beroepsethisch kader en de toepassing ervan. Hij neemt initiatieven tot aanpassingen en aanvullingen aan het Programmacharter en vormt het controleorgaan voor de manager beroepsethiek. De raad is samengesteld uit 19 vertegenwoordigers van de mediamakers binnen de VRT.
- > De manager beroepsethiek heeft een dagelijkse adviserende en coördinerende rol met betrekking tot de beroepsethische regels voor alle niet-nieuwsdienstprogramma's en online-diensten. De bevindingen van de manager worden maandelijks gerapporteerd aan het VRT-directiecollege en aan de Programmacharterraad. Bij de voorbereiding van nieuwe programma's deden de externe productiehuisen voor deontologische kwesties vaker dan voorheen een beroep op de manager beroepsethiek. In 2015 gaf de manager beroepsethiek 235 adviezen op deontologische vragen.

Nieuwe beroepsethische richtlijnen

In 2015 werden nieuwe beroepsethische richtlijnen van kracht:

- > Een richtlijn Muziek en ethiek werd opgesteld na overleg met de muziekcoördinatoren, de radiodirectie en de Programmacharterraad. Het werd de deontologische leidraad voor de muziekkeuzes van de netten.
- > De 10 geboden voor sociale media (opgesteld in 2012) werden aangepast met een passage over het vermelden van merken en bedrijven op sociale media. Bekende VRT-medewerkers dienen ook op de sociale media de commerciële onpartijdigheid van de VRT en haar netten te vrijwaren.
- > 10 richtlijnen voor onpartijdigheid

RINGLAND-LIED

Na advies van de manager beroepsethiek besliste de VRT het "Ringland"-lied, niet op te nemen in de playlists van de VRT-radiationetten. De inhoud van het nummer was immers moeilijk te verzoenen met enkele beroepsethische principes uit het programmacharter (o.a. over het oproepen tot actie) en de richtlijnen voor onpartijdigheid.

De VRT was van oordeel dat de opdrachtgever van het nummer een actiegroep was die druk wilde zetten op de politieke besluitvorming in verband met een actueel, controversieel, politiek geladen project (het Oosterweeldossier). Als het lied vaak te horen zou zijn geweest op VRT-Radio, dan zou de omroep als megafon hebben gefungeerd voor een specifieke actie en een bepaald project, in een periode waarin het politieke debat nog volop gevoerd werd. Dat kon de onpartijdigheid van de VRT in het gedrang brengen.

Het "Ringland"-lied was wel enkele keren te horen om redactionele redenen, bijvoorbeeld bij de lancering (zoals op Radio 2) en in de rubriek *Mediawatcher* in *De zevende dag* (Eén). Daarbij werd het nummer voldoende redactioneel omkaderd.



—
'Uit onderzoek blijkt dat de openbare omroep inzake onpartijdigheid positief word geëvalueerd.'

ONPARTIJDIGHEID

In het publieke debat gaan er soms stemmen op dat de VRT op een partijdige manier zou handelen of haar aanbod kleuren. Om dat na te gaan, gaf de VRT, op vraag van haar Raad van Bestuur, de opdracht voor drie onafhankelijke onderzoeken over onpartijdigheid⁶⁸. De drie onderzoeken kwamen tot gemeenschappelijke conclusies:

- > De openbare omroep wordt inzake onpartijdigheid in het algemeen positief geëvalueerd.
- > De VRT gaat structureel goed om met onpartijdigheid en doet daar de nodige inspanningen voor.
- > Zij laat diverse opinies aan bod komen en negeert geen enkele mening bewust.
- > De omroep doet voortdurend inspanningen om duiding en context te geven waar het kan en nodig is. Dat doet ze meestal goed.

De VRT startte een onpartijdigheidstraject.

- > Er zijn "10 richtlijnen over onpartijdigheid" opgesteld en verspreid onder de medewerkers. Alle VRT-medewerkers werden geïnformeerd over de richtlijnen.

⁶⁸ Een bij academische experts (UA), een bij Vlaamse opiniemakers (VUB) en een bij de mediagebruikers (Whys).

- > De omroep organiseerde (verplichte) "infosessies onpartijdigheid" voor verschillende afdelingen (zoals eindredacties van VRT Nieuws en Sporza, Radio 1 en Radio 2).
- > Ter ondersteuning van de onpartijdigheid kreeg de algemene contactengids een update met aandacht voor nieuwe experts en diversiteit.
- > Onpartijdigheid werd een vast onderdeel in de opleidingen deontologie en beroepsethiek.
- > Op *Deredactie.be* werd het onderscheid tussen informatieberichten en opiniestukken duidelijker gemaakt en werden de schrijvers van opinies beter gesitueerd.
- > De cel beroepsethiek screende enkele VRT-programma's op het vlak van variatie van studio gasten en de naleving van de richtlijnen. De bevindingen werden besproken met de programmamaverantwoordelijken.
- > De klachten in verband met onpartijdigheid van mediagebruikers werden opgevolgd en gerapporteerd aan het VRT-directiecollege. Zo waren er klachten over de themadag *Op de vlucht* (waarbij alle VRT-netten aandacht besteedden aan de vluchtelingenproblematiek) en over het interview met een moslimextremist in *De afspraak* (Canvas).

Opleiding en bewustwording

De infosessies onpartijdigheid werkten aan de bewustwording over onpartijdigheid bij de VRT-medewerkers.

Nieuwe medewerkers kregen op hun onthaaldag toelichting over beroepsethiek.

De VRT wil haar meer algemene opleidingen beroepsethiek laten evolueren naar opleidingen op maat van een programma of een dienst. De manager beroepsethiek ontwikkelde beroepsethische opleidingen in overleg met de betrokken leidinggevenden. Op die manier kunnen tijdens de beroepsethische opleidingen vanaf 2016 bepaalde thema's en voorbeelden uitgebreider aan bod komen.



↑
Koning Filip en Koningin Mathilde brachten op 28 mei een bezoek aan de VRT.

VERTROUWENSBAROMETER⁶⁹

De Vlaamse mediagebruikers hadden in 2015 vertrouwen in de VRT, maar ze maakten zich zorgen over de toekomst van de omroep. Dat bleek uit een bevraging naar het vertrouwen in de VRT als instelling en als nieuwsbron.

- > De VRT stond (net als in 2014) op de vijfde plaats van 22 instellingen waarvan het vertrouwen werd bevestigd (na de brandweer, dokters, het onderwijs en de ziekenfondsen). De groep van mediagebruikers die zeiden geen vertrouwen te hebben in de omroep bedroeg slechts 6%.
- > 37% van de respondenten maakt zich zorgen over de toekomst van de VRT.
- > De Vlaamse mediagebruikers kozen voor drie VRT-nieuwsbronnen (uit een lijst van 14) als deze waar ze het meest vertrouwen in hebben (VRT-Televisie (74%), VRT-Radio (72%) en *Deredactie.be* (69%)).
- > Andere resultaten (score op een schaal van 0 (volledig niet akkoord) tot 10 (volledig akkoord)) (gemiddelde scores):

⁶⁹ De vertrouwensbarometer is een bevraging (uitgevoerd door GfK) bij 1.556 Vlamingen (oktober 2015).

- "Ik heb vertrouwen in de gezichten, journalisten en stemmen van de VRT-nieuwsdienst.": 7,1
- "De VRT-nieuwsdienst laat in haar programma's verschillende standpunten aan bod komen.": 7,0
- "Ik heb vertrouwen in de consumentenprogramma's van de VRT (*Volt, Voor hetzelfde geld, De inspecteur, ...*): 7,1

MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

PROGRAMMA'S EN ACTIES MET EEN MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

De VRT realiseert maatschappelijke impact met haar programma's. Sommige specifieke programma's en acties hebben directe invloed. Enkele voorbeelden:

- > *Iedereen tegen kanker* was een omroepbreed initiatief waarbij de netten aandacht hadden voor acties ten voordele van kankeronderzoek. Eén bracht een slotshow in primetime. Thé Lau (van *The Scene*) deelde zijn nummer *Iedereen is van de wereld* als campagne lied waaraan verschillende Vlaamse artiesten meewerkten.
- > De soap *Thuis* (Eén) had aandacht voor tal van maatschappelijke thema's, zoals het omgaan met nieuwe Vlamingen, de vluchtelingenproblematiek, transgenderidentiteit, zelfmoord, veiligheid op het internet, homoseksualiteit, psychische gezondheid van minderjarigen, revalidatie na een zwaar ongeval, gedwongen adoptie en mobiliteit.
- > Nadat Radio 2 haar luisteraars en studenten had opgeroepen om gebouwen te gaan opmeten met het oog op toegankelijkheid van rolstoelgebruikers, ondersteunde Radio 2 de lancering van de *On Wheels*-app.
- > De warmste week van *Music for Life*: voor ruim 1.000 goede doelen (zie p. 33). Uit een bevraging bij 1.008 Vlamingen (van 14 jaar of ouder) bleek dat 58% van de respondenten over *Music for Life* had gepraat met familie of vrienden. 20% stelde dat ze anderen hadden aangeraden om deel te nemen aan een actie voor het goede doel.
- > *Wetenschap redt de wereld* (Canvas, zie p. 52)

MEDIAWIJSHEID

De VRT heeft de opdracht om de mediawijsheid van de Vlamingen te ondersteunen. In haar programma's wees zij op de mogelijkheden en risico's van mediatoepassingen (bijvoorbeeld de sociale media) en aspecten van mediagebruik (zoals de privacyproblematiek). Ook sommige acties droegen bij tot mediawijsheid, zoals het *Ketnet Stambos* (zie p. 55).
Meer informatie: zie p. 69

RELATIES MET HET MAATSCHAPPELIJKE MIDDENVELD

De VRT werkte samen met andere publieke en private organisaties en bedrijven. Op verschillende plaatsen in dit jaarverslag wordt dit aangetoond (zie onder andere p. 27).

De VRT wil via haar aanbod publieke meerwaarde leveren enerzijds bij de mediagebruikers, maar anderzijds ook bij het Vlaamse middenveld. Daarvoor werkt zij samen met tal van belangenorganisaties en verenigingen. Om haar publieke meerwaarde meer aantoonbaar te maken, zal de VRT nagaan of het mogelijk is om haar impact op andere mediabedrijven, publieke instellingen, culturele organisaties, het onderwijs e.d. meetbaar te maken.

'91% van de mediagebruikers vinden dat de VRT impact heeft op hun algemene kennis.'

PERCEPTIE MEDIAGEBRUIKER

De VRT peilde⁷⁰ naar de VRT-impact die de mediagebruikers zelf ervaren. Enkele resultaten van het onderzoek:

- > Vlamingen vinden het belangrijk dat Vlaanderen een eigen publieke omroep heeft. Slechts 11% vindt dat niet belangrijk.
- > Een meerderheid (53%) vindt dat de VRT een positieve impact heeft op de Vlaamse samenleving. Slechts 14% van de mediagebruikers is het oneens met deze stelling (33% had geen mening).
- > 80% van de respondenten denkt dat ze zich minder goed geïnformeerd zouden voelen indien de VRT niet zou bestaan.
- > De Vlaamse mediagebruikers schrijven de VRT onder andere een impact toe op hun algemene kennis (91%) en bij hun informatie verzamelen over wat er in de wereld gebeurt (91%).

Uit de *Music for Life*-bevraging (zie hoger) bleek dat 69% van de respondenten aangaf dat het initiatief hun aansprak.

70 Het onderzoek werd uitgevoerd door onderzoeksbureau GRF bij 1.651 Vlamingen in november 2015.

DIVERSITEIT

De VRT wil iedereen in Vlaanderen aanspreken. Om bepaalde bevolkingsgroepen voldoende te bereiken en te weerspiegelen hanteert zij een diversiteitsbeleid.

- > Diversiteit in beeldvorming: zie p. 20
- > Diversiteit in toegankelijkheid: zie p. 22
- > Diversiteit in het personeelsbeleid: zie p. 97

ONDSCHIEDEND AANBOD

De VRT onderscheidt zich van andere Vlaamse omroepen en mediabedrijven. Dat is af te leiden uit de profielen van de netten (zoals beschreven in de beheersovereenkomst) en de invulling van de openbare opdracht.

De VRT-netten onderscheiden zich in hun aanbod op het vlak van:

- > informatie (zoals met onderzoeksjournalistiek, nieuws voor kinderen en jongeren, en nieuws voor anderstaligen)
- > cultuur (met bijvoorbeeld aandacht voor podiumkunsten (zoals cultuurdocumentaires, concerten van klassieke muziek en kleinkunst), architectuur en cinefiele film)
In het publiekemeerwaardeonderzoek gaven de respondenten een score van 7,2 op de voorgelegde stelling "De VRT heeft meer aandacht voor cultuur dan commerciële omroepen." (op een schaal van 0 (volledig niet akkoord) tot 10 (volledig akkoord)).
- > educatie (met documentaires en aandacht voor o.a. ondernemerschap en mediawijsheid)
- > ontspannende programma's die de sociale cohesie versterken of maatschappelijke thema's belichten
- > sport (met verslaggeving van kleine sporten en sporten die gemeenschapsvormend zijn en aandacht voor Vlaams talent)

Enkele voorbeelden uit 2015:

- > *Café Corsari* (Eén) stond een aflevering lang in het teken van Nepal en de slachtoffers van een zware aardbeving. Met een gezamenlijke campagne spot riepen de Vlaamse zenders hun kijkers en luisteraars op tot solidariteit met de slachtoffers.
- > Radio 2 bood elke dag nieuws uit de regio. MNM en Studio Brussel brachten nieuws en informatie op maat van jongeren.
- > *Sportweekend* (Eén) had aandacht voor 44 verschillende sporten.
- > Alle VRT-netten hadden aandacht voor cultuur. Zo bevatten de hoofdjournaals van Eén 674 verschillende cultuuritems.

INNOVATIE

De VRT innoveerde in 2015 op het vlak van formats, mediaplatformen en technologie.

- > nieuwe formats, bijvoorbeeld:
 - *De allesweter* (Eén) was een spelprogramma waarbij een van de kandidaten de juiste antwoorden krijgt ingefluisterd en de andere kandidaten die kandidaat (de allesweter) moet ontmaskeren.
 - De productiestijl van *T.* (Eén) was vernieuwend voor een Vlaamse misdaadreeks.
 - Het human interest-programma *Radio Gaga* (Canvas) bracht aan de hand van een radioformule persoonlijke verhalen op televisie. (zie p. 53)



↑
Eerste IP-televisiestudio ter wereld

- > nieuwe platformen, zoals:
 - Radio 2 startte met *Aha.radio2.be* een website over nuttige dagelijkse tips (zie p. 37) en met *Vivavlaanderen.be* een over Vlaamse muziek (zie p. 45).
 - MNM lanceerde *GenerationM.be*, een platform over jongerenthema's (zie p. 39).
 - Radio 1 had bij de actie *#bel10* (rond tien beleidsthema's) een speciale website (zie p. 35).
 - Studio Brussel bood in 2015 exclusief online-aanbod dat naast het radio-aanbod stond (zie p. 41), bijvoorbeeld met videoreportages over festivals.
 - Het *Ketnet-stambos* stimuleerde de dialoog tussen kinderen en hun grootouders over bepaalde thema's zoals voeding, muziek en vrije tijd. (zie p. 55)



↳
Het Ketnet-stambos

- De *Ketnet Jr.-app* gaf kinderen toegang tot een video-aanbod van Ketnet en spelletjes waarmee hun ontwikkelingsvaardigheden gestimuleerd worden. (zie p. 59)
- Een.be bood een online platform rond het programma *Ten oorlog*. (zie p. 51)
- Het vernieuwde Canvas introduceerde op *Canvas.be* een nieuwe gebruiksvriendelijke videozone met programma's, programmafragmenten en web-exclusief video-aanbod.

- > technologische vernieuwingen, zoals:
 - De VRT investeerde in een nieuw archiveringstool. Het annoteren van audio- en videobestanden kan voortaan vanaf het begin van het productieproces gebeuren. Op die manier sluit het archiveringswerk dichter aan bij het productieproces.
 - Het duidingsprogramma *Villa Politica* (Eén) werd vanaf 2015 vanop de VRT geregisseerd in plaats van op locatie. Door een vernieuwde technologische infrastructuur konden de medewerkers en middelen efficiënter ingezet worden.
 - De VRT investeerde in haar digitale infrastructuur zodat externe productiehuisen hun televisieprogramma's vlotter op een bestandsgebaseerde manier konden doorzenden naar de omroep.

De VRT ontwikkelde samen met EBU en 10 innovatieve partners de eerste IP-Televisiestudio ter wereld. Het project moet media-organisaties in de toekomst helpen met het maken van televisieprogramma's op basis van internettechnologie. Het project maakte deel uit van *Sandbox+*, een internationaal platform voor collaboratieve innovatie dat ondersteund wordt door de VRT, EBU en iMinds.

VLAAMSE VERANKERING

De VRT gaf in 2015 op verschillende manieren aandacht aan de Vlaamse identiteit. Zo namen Vlaamse muziek en audiovisuele producties een belangrijke plaats in het VRT-aanbod in.

- (a) Het aandeel Vlaamse en Nederlandstalige muziekproducties op de radionetten: zie p. 45 + 46.
- (b) Het aandeel Vlaamse producties op de televisienetten: zie p. 90.

Uit publiekemeerwaardeonderzoek bleek dat de Vlaming vindt dat de VRT aandacht heeft voor de Vlaamse verankering. Van de respondenten met een mening gaf 62% aan dat de VRT voldoende aandacht heeft voor Vlaamse muziek, 71% vindt dat voor Vlaamse fictie, 65% voor Vlaamse geschiedenis, 73% voor Vlaamse cultuur en 76% voor Vlaamse kinderprogramma's.

FUNCTIONELE KWALITEIT

Functionele kwaliteit is de mate waarin de VRT tegemoetkomt aan de behoeften van de mediagebruiker.

BEREIK

De functionele kwaliteit is in belangrijke mate af te leiden uit de bereikcijfers. In de beheersovereenkomst zijn verschillende bereikdoelstellingen opgenomen:

- > het algemeen bereik op maandbasis
- > het weekbereik op radio (met normen per bevolkingsgroep)
- > het weekbereik op televisie (met normen per bevolkingsgroep)
- > het maandbereik online (met normen per bevolkingsgroep)
- > het dagelijks nieuwsbereik op radio en televisie
- > het wekelijks cultuurbereik op televisie
- > het wekelijks educatiebereik op televisie

Hierover wordt in dit jaarverslag gerapporteerd.

WAARDERING

WAARDERINGSCIJFERS

De VRT verzamelde waarderingcijfers over haar programma's en zenders. Een uitgebreid en representatief panel van Vlaamse mediagebruikers⁷¹ gaf dagelijks aan wat het goed en minder goed vindt in het aanbod.⁷² Regelmatig peilde de VRT ook naar inhoudelijke elementen die meespelen in de waardering van het aanbod.

De waarderingresultaten werden gebruikt bij de evaluatie van programma's en programmaschema's en het eventueel bijsturen van netten.

⁷¹ In 2015 bevatte het panel 3.011 respondenten.

⁷² De basisvraag die aan de respondenten van waarderingsonderzoek wordt voorgelegd, luidt: "Gelieve voor elk programma aan te duiden in welke mate je tevreden bent over deze uitzending(en). Je kan dit doen door een score te geven van 1 tot en met 10, waarbij 1 betekent "helemaal niet tevreden" en 10 "heel tevreden". Met de tussenvolgende cijfers kan je jouw antwoord nuanceren."

Televisie

- > Eén behaalde, naar het oordeel van de mediagebruiker, in 2015 een waardering van 8,2 op 10. Canvas had een waarderingcijfer van 8,1 op 10⁷³.
- > De hoogst gewaardeerde programma's van Eén waren een aflevering van *Het huis* (9,0), een aflevering van *Mrs. Brown's Boys* (8,9), een aflevering van *Secrets & Lies* (8,9), de film *Shawshank Redemption* (8,9) en een uitzending van *Het Journaal laat* (8,8).
- > De hoogst gewaardeerde programma's van Canvas waren een aflevering van *Radio Gaga* (9,0), een aflevering van *Vranckx in niemandsland* (9,0), een aflevering van *Art of Spain* (8,9), een aflevering van *Wild Patagonia* (8,9) en een aflevering van *The Killing* (8,9).

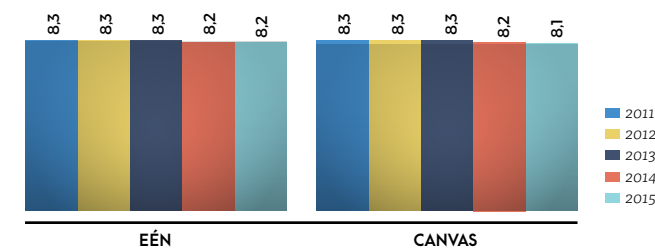


▲ *Het huis* (Eén)



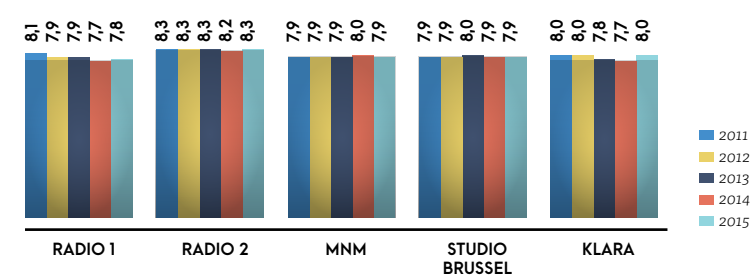
▲ *Vranckx in niemandsland*

WAARDERINGSCIJFERS EÉN EN CANVAS (2011-2015)
(OP EEN SCHAAL VAN 0 TOT 10)



Radio

WAARDERINGSCIJFERS VRT-RADIONETTEN (2010-2014)
(OP EEN SCHAAL VAN 0 TOT 10)



- > De waarderingcijfers voor de radionetten waren: Radio 1: 7,8, Radio 2: 8,3, Klara: 8,0, MNM: 7,9 en Studio Brussel: 7,9.
- > Het hoogst gewaardeerde programma op Radio 1 was *Touché* (8,6), op Radio 2 *De Prehistorie* (8,8), op Klara *Trio* (8,7), op MNM de *MNM Big Hits* (8,5) en op Studio Brussel *Was het nu 80, 90 of 2000?* (8,3).

⁷³ Voor Ketnet zijn er geen waarderingcijfers.

'Het merendeel van de Vlamingen erkent dat de VRT aandacht heeft voor Vlaamse muziek, Vlaamse fictie, Vlaamse geschiedenis, Vlaamse cultuur en Vlaamse kinderprogramma's.'

PRIJZEN EN NOMINATIES IN 2015

PRIJZEN

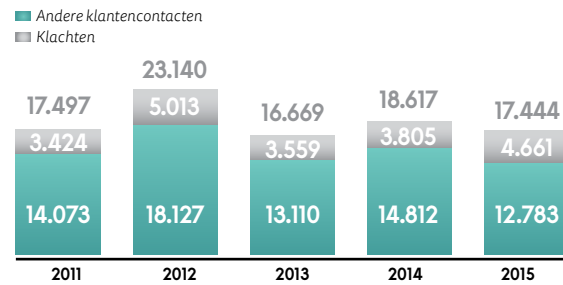
- > TV-visie-trofee van beste televisievrouw voor Lize Feryn (Eén)
- TV-visie-trofee van beste televisieprogramma voor *In Vlaamse velden* (Eén)
- > Prijs voor beste Nederlandstalige app door de lezers van *Netties.be* voor *Radioplus* (VRT)
- > Prix Mitrani - Speciale prijs van de jury voor een uitzonderlijke programmamaker op het FIPA-festival voor Mathias Sercu (*Marsman* (Eén))
- Fipa d'or op het FIPA-festival voor beste acteur voor Jürgen Delnaet (*Marsman* (Eén))
- > Prijs van de Stichting Verhalende journalistiek voor beste verhalende journalistiek voor de reportage "Oe ist?" (*Koppen* (Eén))
- > Davidsfonds Geschiedenisprijs voor Sophie De Schaepdrijver (*Brave Little Belgium* (Canvas))
- > Scenarioprijs van de Vlaamse scenaristengilde voor Mathias Sercu (*Marsman* (Eén))
- > Eerste prijs op het Worldmediafestival Hamburg in de categorie Children/youth special entertainment voor *De Blacklist* (Ketnet)
- Eerste prijs op het Worldmediafestival Hamburg in de categorie Other entertainment voor *Wauters vs. Waes* (Eén-VTM)
- Eerste prijs op het Worldmediafestival Hamburg in de categorie travel documentaries voor *Reizen Waes* (Eén)
- > Vlaamse Televisiester in de categorie beste presentator voor *Thomas Vanderveken* (VRT)
- Vlaamse Televisiester in de categorie beste drama voor *Marsman* (Eén)
- Vlaamse Televisiester in de categorie beste entertainmentprogramma voor *Wauters vs. Waes* (VTM-Eén)
- Vlaamse Televisiester in de categorie beste regie voor *Kat Steppe* (*Goed volk* (Eén))
- Vlaamse Televisiester in de categorie beste scenario voor *Marsman* (Eén)
- Vlaamse televisiester als populairste televisieprogramma voor *Thuis* (Eén)
- Rijzende ster tijdens nacht Vlaamse televisiesteren voor *Ruben Van Gucht* (VRT)
- > De prijs op het festival Indy Sportz Film Fest Experience voor beste documentaire voor *De pleintjes* (Canvas)
- > Maatschappijprijs van de KULeuven voor het project *Rekening 14* (VRT-De Tijd-De Standaard-KULeuven)
- > Michael Nelson Prize van The International Association for Media and History in de categorie 'best contribution by a (multi) media contribution' voor *Brave Little Belgium* (Canvas)
- > Belfius Persprijs in de categorie radiopers voor *Katrien Kubben* (*De vergeten ramp: 40 jaar na de collegebrand van Heusden - Bonus* (Radio 1))
- Belfius Persprijs in de categorie financiële en economische pers voor *Tim Pauwels, Luc Balthussen, Guy Janssens, Bart Haeck, Dries De Smet, Christophe Vanschoubroek* voor het project *Rekening14* (VRT-De Tijd-De Standaard-KULeuven)
- > Prijs op Docville voor beste televisiedocumentaire voor *De werkende mens* (Canvas)
- > Gouden CCB-award in de categorie interactive voor de *Terug naar school-campagne* (Radio 1)
- Bronzen CCB-award in de categorie media voor de *Terug naar school-campagne* (Radio 1)
- > Honorable Mention-award van Associated Press op BBC News HACK Editors Lab voor het VRT-team *Leung Wing-Jonathan Meurrens-Alexander Dumarey-Joris Truys*
- > Speciale prijs op het Televisiefestival van Monte Carlo in de categorie Grands reportages de sociétés voor *Blijf van mijn lijfje* (*Via Annemie* (Eén))
- > IABM Design & Innovation award in de categorie special recognition voor het *Sandbox Live IP Project* (EBU-VRT)
- > Speciale vermelding als meest verfrissende, innovatieve format van *Prix Italia* in de categorie televisieserie voor *Biker Boys* (Eén)
- > Story-award voor populairste programma voor *Thuis* (Eén)
- Story-award voor TV-kok van het jaar voor *Jeroen Meus* (VRT)
- > Keverling Buismanprijs in de categorie brede publiek voor de reportage *Proefput Oosterweel* (*Ann De Bie*)
- > AIB-award in de categorie beste binnenlandse onderzoeksdocumentaire voor *De prijs van goedkoop eten* (*Panorama* (Canvas))
- > Wablief-prijs voor de campagne *Heerlijk Helder* (Radio1)
- > Gouden medaille van de Digitale marketing awards in de categorie Innovation award/Out of the box award voor de *Blokken Quiz-app* (Eén)
- Zilveren medaille van de Digitale marketing awards in de categorie Most performing content voor de *Blokken Quiz-app* (Eén)
- > Sabam Award in de categorie beste comedy voor *Eigen kweek* (Eén)
- Gouden Flip award door lezers van *De Jommekeskrant* als beste televisieprogramma voor *Ghost rockers* (Ketnet)
- > Gouden Flip award door lezers van *De Jommekeskrant* als leukste televisiefiguur voor *Tom Waes* (VRT)

NOMINATIES

- > Nominatie voor een FIPA-award in de categorie series voor *Marsman* (Eén)
- > Nominaties voor de Cutting Edge awards in de categorie beste televisieprogramma nationaal voor *Alleen Elvis blijft bestaan* (Canvas), *Goed volk* (Eén) en *Marsman* (Eén)
- Nominaties voor de Cutting Edge awards in de categorie beste radio voor *Berg en dal* (Klara), *Gunther D* (Studio Brussel) en *Generation M* (MNM)
- > Nominatie voor *Çavaria Media award* voor *Iedereen beroemd* (Eén) en *People of Tomorrow* (Eén)
- > Nominaties voor de Davidsfonds Geschiedenisprijs voor *Jeroen Meus* (VRT), *Sven Speybrouck* en *Johan Op de Beeck* (radioreeks *Napoleon*, Klara)
- > Nominatie voor de Vlaamse Televisiesterren in de categorie beste presentatrice voor *Kathleen Cools* (Canvas) en *Martine Tanghe* (Eén)
- Nominatie voor de Vlaamse Televisiesterren in de categorie beste humor- en comedyprogramma voor *De Biker Boys* (Eén)
- Nominatie voor de Vlaamse Televisiesterren in de categorie beste entertainmentprogramma voor *Alleen Elvis blijft bestaan* (Canvas)
- Nominatie voor de Vlaamse Televisiesterren in de categorie beste regie voor *Belpop* (Canvas) en *Weg van België* (Canvas)
- Nominatie voor de Vlaamse Televisiesterren in de categorie beste scenario voor *De Biker Boys* (Eén) en *In Vlaamse velden* (Eén)
- Nominaties voor de Vlaamse Televisiesterren in de categorie populairste programma voor *De Biker boys* (Eén) en *Thuis* (Eén)
- > Nominaties voor de Belfius Persprijs in de categorie radio voor *Ward Bogaert* voor *Rouw zonder Bruno* (*De bende van Annemie* (Radio 1)) en *Friedl' Lesage, Inge Stassen, Dominique Wittevrongel* (*Touché met Jozef Van den Berg* (Radio 1))
- Nominaties voor de Belfius Persprijs in de categorie televisie voor *Luk Dewulf, Inge Wagemakers, Mo Bouchataoui, Sofie Vaes, Ezra Eeman* voor de reportage *Bang voor beperking* (*Koppen* (Eén)-AVS) en *Greet Pluymers, Jeremy De Ryckere* voor de reportage *De prijs van goedkoop eten* (*Panorama* (Canvas))
- Nominatie voor de Belfius Persprijs in de categorie digitale pers voor *Mathea Lacko, Jonathan Scarlino, Stijn Lehaen, Lesley Demuynck* en *Hans Dreesen* voor *Ninjanieuws* (VRT)
- > Nominatie voor Grand Prix op het Worldmediafestival Hamburg in de categorie documentaire voor *Reizen Waes* (Eén)
- > Nominaties voor prijs op Docville voor beste televisiedocumentaire voor *Weg van België* (Canvas), *Onze jongens* (Canvas) en *People of Tomorrow* (Eén)
- > Nominatie voor BAFTA-television award in de categorie best Drama series voor *The missing* (BBC, Czar en VRT)
- Nominatie voor BAFTA-television award in de categorie Radio times audience award voor *The missing* (BBC, Czar en VRT)
- > Nominatie voor *Rockie Award* op Banff in de categorie Humanitarian/Investigation voor *Via Annemie* (Eén)
- > Nominatie voor *Prix Europa* in de categorie beste televisiedocumentaire voor *Goed volk* (Eén)
- Nominatie voor *Prix Europa* in de categorie beste televisiefictie voor *Nieuw Texas* (Eén)
- Nominatie voor *Prix Europa* in de categorie beste interculturele televisieprogramma voor *Mijn Jihad* (Canvas)
- Nominaties voor *Prix Europa* in de categorie beste radiofictie voor *Café Cuba* (Radio 2) en *Gewone mensen* (Radio 1)
- > Nominatie voor de international Emmy Awards in de categorie non-scripted entertainment voor *Flying Doctors* (Eén)
- > Nominatie voor AIB International Media Excellence Award in de categorie Children's Factual voor *The Blacklist* (Ketnet)
- > Nominatie voor *Gouden Panda* op televisiefestival *Sinchuan* in de categorie beste acteur in televisiedrama voor *Wim Willaert* voor rol in *Eigen kweek* (Eén)
- > Nominatie voor Eurobest in de categorie interactive voor de campagne *Drops* (Studio Brussel)
- Nominatie voor Eurobest in de categorie media voor de campagne *Nationale Stoofvlees en Friet-dag* (Eén)
- Nominatie voor Eurobest in de categorie promo & activation voor de campagne *Bekijk voetbal op de radio* (Sporza)
- Nominaties voor Eurobest in de categorie radio voor de campagne *Hoe chill is je taal?* (Radio1-De Standaard) en de campagne *Tomorrowland classic* (Klara)
- > Nominatie voor de Cavaria-award in de categorie media voor een reportage over een transgender-koppel met een kinderwens in *Koppen* (Eén)
- > Nominaties voor de Ha! van Humo voor *Alleen Elvis blijft bestaan* (Canvas), *Bevergem* (Canvas), *Radio Gaga* (Canvas), *Spul* (Canvas), *Ten oorlog II* (Eén) en *Winteruur* (Canvas)

FEEDBACK VAN KLANTEN

AANTAL KLANTENCONTACTEN EN KLACHTEN (2011-2015)



In 2015 behandelde de VRT via haar klantendienst 17.444 klantcontacten (-6,3% ten opzichte van 2014). Het hogere aantal in 2014 (bijna 1.200) was toen volledig toe te schrijven aan de aanvragen om de uitzendingen van het WK voetbal op grootscherm te kunnen tonen.

Terwijl het aantal gewone klantencontacten afnam met 13,7%, nam het aantal klachten toe met 22,5% (of 856 klachten) tot 4.661 klachten.

- > De stijging van het aantal klachten situeerde zich in belangrijke mate bij klachten met betrekking tot de nieuwsdienst (in totaal: 925 klachten). 208 klachten waren gegrond en handelden over de toepassing van de beroepsethische regels (ten opzichte van 129 gegronde klachten in 2014), o.a. het gevolg van gebeurtenissen (zoals de aanslagen in Parijs) en incidenten met betrekking tot items in nieuwsdienstprogramma's (zoals *De afspraak*). De nieuwsdienst zal de deontologische richtlijnen onder de aandacht van de journalisten blijven brengen.
- > Het aantal technologieklachten steeg, vooral omdat bij het openen van een video in de videozone van de websites geregeld de boodschap "video niet beschikbaar" verscheen. Dat had te maken met niet-compatibele instellingen bij de gebruiker. Via de vraag-en-antwoord-module op de VRT-websites werd hierover informatie verspreid. Bij de ontwikkeling van nieuwe videoplatformen zal de VRT zo veel mogelijk rekening houden met de opmerkingen terzake van de mediagebruikers.
- > Nadat het aantal klachten over wedstrijden in 2014 was afgenomen (als gevolg van de invoering van een algemeen wedstrijdreglement), namen ze in 2015 opnieuw toe. Dat kwam omdat de nazorg van wedstrijden bij enkele merken (vooral

'Een deel van de klachten m.b.t. de nieuwsdienst waren het gevolg van maatschappelijke gebeurtenissen (zoals de aanslagen in Parijs).'



Radio 2 en Sporza) en externe productiehuisen (bijvoorbeeld over de sponsor voor de *Blokken-wedstrijd*), soms faalde. De VRT-klantendienst zal in de toekomst zelf de nazorg nauwer begeleiden, zowel intern als bij externe productiehuisen.

- > In 2015 waren er 669 klachten minder over de programmering dan in 2014. De daling kwam omdat Canvas geen namiddaguitzendingen meer had in 2015, en de communicatie over de programmering werd herzien. Van alle programmeringsklachten handelden 355 klachten over de Elektronische Programma Gids (EPG, het geautomatiseerd systeem dat de programmering aan websites, de distributeurs en kranten/tijdschriften doorgeeft). In 2015 maakten Sporza.be en Een.be nog geen gebruik van EPG. In de loop van 2016 zullen zij dat wel gaan doen, zodat programmawijzigingen sneller gepubliceerd kunnen worden. Omdat ook bij de distributeurs zich soms problemen voordoen, zal de VRT hierover met hen verder overleggen.

De mediagebruikers uitten hun mening en waardering over het VRT-antwoord ook via de sociale media. De webredacteurs screenden de berichten van de kijkers en luisteraars. Wanneer een specifieke vraag werd geformuleerd, antwoordden ze zelf in de mate van het mogelijke. Eventueel werden de antwoorden/reacties gemaakt samen met de betrokken verantwoordelijke medewerkers of netmanager. Bij een klacht, werd erop gewezen dat een officiële klacht ingediend kan worden bij de VRT-klantendienst.

Een beperkt aantal klachten ontving de VRT via andere instanties (zoals het kabinet van de minister van Media). De Vlaamse ombudsman onderzocht enkele tweedelijnsklachten⁷⁴ over de VRT. Een had betrekking op de nieuwsdienst. De Vlaamse Ombudsdienst formuleerde hierover een aanbeveling. De VRT is echter van mening dat klachten over de nieuwsdienst buiten de bevoegdheid van de Vlaamse Ombudsdienst vallen, maar dat de Raad voor Journalistiek en de Vlaamse Regulator voor de Media hiervoor bevoegd zijn. In het voorjaar van 2016 zal de VRT met betrekking tot de tweedelijnsklachten over de nieuwsdienst een overleg organiseren met alle partijen.

TEVREDENHEID

De VRT wil met haar aanbod inspelen op de behoeften van de mediagebruikers. De mate waarin de mediagebruiker het VRT-aanbod raadpleegt is een indicator over zijn tevredenheid voor de omroep.

- > Mediakaart
De VRT had verschillende jaren een eigen bereikstudie PPM⁷⁵ lopen. Die eindigde op 30 april 2015. De PPM-meetgegevens van 2015 gaven wel nog voldoende relevante informatie over de verdeling van de VRT-netten binnen de mediakaart en in welke mate de omroep de mediakaartgroepen effectief bedient. Elk net had zijn eigen mediakaartgroepen die het bediende. Met het hele merkenportfolio werden alle mediakaartgroepen bereikt.



Op De dag van de klant zette de VRT-klantendienst enkele mediagebruikers in de bloemetjes (o.a. met een bezoek aan de studio van Van Gils & gasten).

- > MEMO
In 2015 voerde de VRT een studie uit naar de mediamomenten van de Vlaming.
 - Uit deze zogenaamde MEMO-studie bleek dat 30,6% van alle mediamomenten van de Vlaming verliep via een VRT-kanaal (vergelijkbaar met het onderzoeksresultaat uit de vorige MEMO-studie van 2013: 29,6%). Daarbij ging het vooral om 'klassieke' mediamomenten (die verlopen via radio en televisie).
 - Terwijl in het algemeen de online-momenten vooral bij jongeren toenamen, vulden zij slechts 15% van hun mediamomenten in via de VRT (-3% ten opzichte van 2013). Zij gebruiken steeds vaker sociale media (vooral Facebook) om hun mediabehoeften in te vullen (30% ten opzichte van 17% in 2013).
 - Bij het invullen van de nieuwsbehoefte is de verschuiving naar het onlinegebruik van nieuwsmedia nog sterker (vooral ten koste van televisie).

De VRT wil voldoende relevant blijven voor alle Vlamingen, daarom moet ze ook voldoende haar rol spelen via de digitale kanalen en de sociale media.

⁷⁴ Klachten die eerst bij de VRT zijn ingediend en die na beantwoording door de omroep, worden ingediend bij de Vlaamse Ombudsdienst.

⁷⁵ PPM staat voor Personal People Meter

OPERATIONELE KWALITEIT

Operationele kwaliteit is de mate waarin het aanbod op een effectieve en efficiënte wijze tot stand komt. Drie componenten bepalen de operationele kwaliteit: de productionele kwaliteit, de professionele kwaliteit en de kostenefficiëntie.

PRODUCTIONELE KWALITEIT

De VRT maakte een tijdlang gebruik van een interne online-toepassing (Otorongo) om het productieproces te documenteren.

De directies Media en Productie werden in 2015 samengevoegd tot een directie. Als gevolg van deze reorganisatie besliste de VRT om een uitbreiding van Otorongo tot volwaardig productieopvolgingssysteem on hold te zetten. De opleidingen en technische updates zouden, vanuit efficiëntie-oogpunt, te veel investeringen vergen. Tegelijk betekende de interne reorganisatie dat de afstand tussen de programmamakers en het netmanagement korter werd en het aantal rechtstreekse aanspreekpunten toenam.

De finale keuze voor een productievoorstel hing af van verschillende criteria, zoals:

- > de aansluiting met de missie en strategie van het net
- > de vergelijkbaarheid van het nodige budget met de kostprijs van gelijkaardige programma's (rekening houdend met het net en de plaats in het programmaschema)
- > de gewenste mix (naar genre, thematiek, diversiteit) die een net aan de mediagebruiker wil aanbieden
- > de link met de schermgezichten van het net

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

Telkens overlegden het netmanagement en de programmamakers meermaals over de inhoud en het budget van een productie. Pas nadien werd een programma effectief besteld. Op dat moment begon de procesbewaking door de aanbodverantwoordelijken.

Na afloop van een productie volgde telkens een evaluatie door het netmanagement. Daarbij werden verschillende elementen afgewogen: de waarderingscijfers, de kijk- en bereikcijfers, de kostprijs, de andere vooraf bepaalde criteria, de bereikcijfers op de digitale media, de eventuele impact op stakeholders, de bijdrage van de productie tot de positionering en het imago van het net en van VRT in het algemeen.

PROFESSIONELE KWALITEIT

TECHNISCHE KWALITEIT

EBU

OPERATING EUROVISION AND EURORADIO

De VRT past de technische normen van de EBU toe.

De uitzending van het derde kanaal werd vanaf de zomer van 2015 in HD-kwaliteit aangeboden aan de distributeurs. Voor Canvas en Eén was dat al langer zo.

De VRT werkte verder aan het aanpassen van haar productieproces aan de HD-standaard "Golden HD".

TAALKWALITEIT

"De VRT wil de norm voor de standaardtaal in Vlaanderen mee bepalen. Daarom hanteren alle VRT-medewerkers in hun publieke uitingen en contacten aantrekkelijk, helder en correct Nederlands. Ze gebruiken de standaardtaal in verschillende registers en verglijden niet in tussentaal en dialect. Onder 'standaardtaal' verstaat de VRT Nederlands dat taalbewuste sprekers in het publieke domein gebruiken wanneer zij hun taal verzorgen."

(VRT-TAALCHARTER 2012)

Het publiekemeerwaardeonderzoek peilde naar het gebruik van de Nederlandse taal door de VRT-netten. De respondenten gaven een score van 7,1 (op een schaal van 0 (volledig niet akkoord) tot 10 (volledig akkoord)) op de stelling "De VRT is een voorbeeld van correct taalgebruik".

De VRT bracht haar taalactiviteiten bij elkaar onder de noemer REYERSTaal. De logopedische begeleiding, de auditiecommissie en de stemmenbank, die voordien verspreid in de organisatie zaten, kwamen om efficiëntieredenen onder de verantwoordelijkheid van de taaladviseur.

De taaladviseur heeft het taalbeleid van de Vlaamse openbare omroep toegelicht op een hoorzitting van de interparlementaire commissie van de Nederlandse Taalunie. De aanleiding van de zitting was een oproep vanuit belangenverenigingen om meer aandacht te schenken aan het gebruik van de standaardtaal in de media.

De VRT stelde haar taalexpertise aan externe partijen ter beschikking. Het Meertensinstituut kon bijvoorbeeld een beroep doen op de uitspraakbank, voor het ontwikkelen van een transcriptie-app. De taaladviseur verzorgde gastcolleges in verschillende journalistieke opleidingen. Verschillende VRT-stemmen werden opgenomen als referentie voor de ontwikkeling van een uitspraak-app door de Hogeschool Thomas More. De VRT richtte samen met onder meer de KU Leuven NedBox op (zie p. 69).

De Taalmail van de VRT-taaladviseur had eind 2015 ongeveer 30.000 abonnees.

Onder de naam REYERSTaal in HETPALEIS organiseerde de VRT (na een jaar onderbreking) opnieuw een taalevenement. Het sloot aan bij de Week van het Nederlands, die de Nederlandse Taalunie voor het eerst organiseerde. Op het evenement werd de Grote Prijs Jan Wauters voor uitmuntend taalgebruik in de media toegekend aan Radio 1-presentator Lieven Vandenhaute. Ook de winnaar van WoordSlam (Samir Meta), werd op REYERSTaal in HETPALEIS bekendgemaakt. Dat was een taalwedstrijd van MNM en Van Dale Uitgevers, waarbij jongeren een filmpje over taal konden insturen.



In 2015 werkte de VRT mee aan de verkiezing van het Woord van het Jaar. Dat werd "kraamkost". Ketnet organiseerde het Kinderwoord van het Jaar, met "beire" als winnaar.

KOSTENEFFICIËNTIE

In het volledige productieproces is er aandacht voor kostenefficiëntie:

- > bij de opmaak van het meerjaren- en ondernemingsplan (vastleggen standaard-kostprijzen van programma's per tijdssegment en per net)
- > bij het opmaken van programmabriefings en/of contracten
- > tijdens het productieproces van een programma:
 - door de producent
 - op periodiek overleg van de zakelijke leiders en op het VRT-directiecollege (Daarbij werd de vooropgestelde kostprijs vergeleken met een prognose van de totale kosten)
- > bij de afrekening wordt de uiteindelijke kostenefficiëntie van een productie geëvalueerd

In programmabriefings wordt aangegeven wat de kwaliteitseisen van een productie zijn en welke kosten gemaakt kunnen worden. Daarbij werd rekening gehouden met de verwachtingen van de mediagebruiker en de plaats in het programmaschema.

PRODUCTIE- STRATEGIE

#3

VER



De madammen (Radio 2)

De directie Media en Productie bepaalde de programmering van de netten en de invulling van het digitaal aanbod. De programmering van de nieuws- en sportprogramma's gebeurde in overleg met de directie Informatie. Het aanbod van de VRT-merken bevat intern en extern gemaakte producties, coproducties en aangekochte programma's.

EVOLUTIE NETTOPROGRAMMAZENDTIJD VRT-TELEVISIE (IN UUR) (2011-2015)^{76, 77}



BRON: CIM|GFK-AUDIMETRIE - VRT-STUDIEDIENST

- > Het aantal uren nettoprogrammazendtijd voor VRT-Televisie bedroeg in 2015 12.391 uur, een daling met 22,0% (of 3.492 uur). De afname is het gevolg van:
 - het stopzetten van de zender OP12 op 1 januari 2015
 - het verminderen van het aantal uitzendingen van Canvas (van 4.748 uur in 2014 naar 2.371 uur in 2015, of een afname met 50,1% (2.377 uur))⁷⁸

- > VRT-Televisie zond 4.004 uur aan Vlaamse televisieprogramma's voor het eerst uit, ten opzichte van 4.828 uur in 2014 (-17,1%). Van alle programma's die voor het eerst werden uitgezonden in 2015 (in totaal 5.538 uur) was aldus 72,3% een Vlaamse productie (vergelijkbaar met 2014 (72,4% op een totaal van 6.669 uur)).
- > Als rekening wordt gehouden met de herhalingen, dan zonden de VRT-televisienetten 7.273 uur aan Vlaamse programma's uit (ten opzichte van 9.960 uur in 2014). Dat betekent dat 58,7% van de nettoprogrammazendtijd een Vlaamse productie was (ten opzichte van 62,7% in 2014).

De totale radio-output⁷⁹ nam in 2015 af tot 73.680 uur (-2,5% ten opzichte van 2014). De daling is het gevolg van het stopzetten van het regionaal ontkoppelde Radio 2-programma *Avondpost*. Sinds eind februari werd dat programma vervangen door het nationaal uitgezonden programma *Spits met David* (dat aandacht had voor nieuws uit de verschillende regio's).

EVOLUTIE TOTALE RADIO-OUTPUT VRT-RADIO (IN UUR) (2011-2015)



BRON: VAR - VRT

⁷⁶ De cijfers zijn exclusief de uitzendingen van *De rolkrant* (Canvas), dat startte op 14 mei 2012. In de VRT-jaarverslagen 2012 en 2013 werden de uren van *De rolkrant* wel meegeteld.

⁷⁷ Nettoprogrammazendtijd: het totaal aantal uitzendingen via de VRT-televisiekanalen (Eén, Canvas, Ketnet) exclusief de herhalingen in lusvorm, de uitzending van TV-Brussel, Music for Life, lensebeelden, zomerbeelden, herfstdagen, winterbeelden, storingen, *De rolkrant* (Canvas), uitzendingen van Radio 1 en Radio 2 (beelden uit de radiostudio, bijvoorbeeld *De ochtend* van Radio 1), de uitzendingen door derden, enkele andere uitgezonden fragmenten/beelden (zoals opsporingsberichten en pancartes) en (beeld)storingen.

⁷⁸ Het stopzetten van OP12 en de namiddaguitzendingen op Canvas (wat de verklaring is van de daling in uitzendingen van Canvas) gebeurde in onderlinge afspraak tussen de VRT en de minister van Media, mede als gevolg van de opgelegde besparingen voor 2015 (OP12 zond uit van 14 mei 2012 tot en met 31 december 2015).

⁷⁹ Radio-output: de som van het totaal aantal uitzendingen in 2015 per radiomerk (Radio 1, Radio 2, Klara, Klara Continuo, MNM, MNM Hits, Studio Brussel, Nieuws+). De regionale programma's van Radio 2 die vanuit de verschillende regio's worden uitgezonden, zijn inhoudelijk verschillend van elkaar en worden om die reden elk apart meegeteld.

3.1 INTERN VRT-PRODUCTIEHUIS

De VRT wil een meer wendbare, compacte organisatie worden, die ook gericht is op samenwerking. Daarbij wil de omroep in de eerste plaats zijn merken sterk houden en talent efficiënt en doeltreffend kunnen inzetten. Om die reden werden in 2015 de vroegere directies Media en Productie samengevoegd tot één directie. De interne productiehuisen VRT Nieuws en VRT Sport vormden voortaan de directie Informatie.

Binnen de nieuwe directie Media & Productie werden de programmateams rechtstreeks aan de merken toegewezen. Op die manier konden de programmamedewerkers meer direct meewerken aan de uitstraling van een merk. De netmanagers werkten samen met verantwoordelijken op het vlak van aanbod, digitaal aanbod, zakelijk beleid en merkbeleving aan de uitbouw van hun merk.

INTERNE PRODUCTIES



De opnamestudio van Het weer.

Al het nieuwsaanbod (100%, goed voor 35 producties) werd binnen de VRT geproduceerd door VRT Nieuws (norm: 100%) (zie p.60). Alle sportaanbod (goed voor 13 producties) werden intern gemaakt door VRT Sport (behalve de interviewreeks *Karakters* (De Mensen) en de reeks *Jonge benen* (De Chinese)) (zie p.67).

Het intern aanbod (exclusief de producties van VRT Nieuws en VRT Sport), werd gemaakt door de directie Media & Productie.

- > Het volledige radio-aanbod (100%) werd gemaakt door het intern productiehuis VRT-Radio (norm: 90%).

- > De productie van de televisieprogramma's (behalve de nieuws- en sportprogramma's) viel sinds augustus 2015 onder de verantwoordelijkheid van de televisienethoofden. In totaal werden circa 70 producties intern gemaakt (inclusief de productie voor het online-aanbod), zoals
 - Eén: *Iedereen beroemd*, *1000 zonnen*, *Thuis*, *Tom & Harry*, *Loslopend wild*, *De Ridder*, *Voor hetzelfde geld*, *Ook getest op mensen*, *Via Annemie*, *Luchthaven 24/7*, *De allesweter* en *Ja Jan*.
 - Canvas: *Alleen Elvis blijft bestaan*, *De Canvasconnectie*, *Twintigers*, *Hoera cultuur!*, *Wetenschap redt de wereld*, *Studio Flagey* en *Off the Record*.
 - Ketnet: *de wrap*, *Ketnet Swipe*, *King Size Live*, *Broodje kaas*, *Het gala van de gouden K's*, *Junior Musical*, *Oude taart* en *Welkom in de Wilton*.

Voor Televisie werd 66,1% van de programma's (op basis van het productiebudget) intern door de VRT gerealiseerd. 33,9% van de televisieprogramma's werd geproduceerd door externe productiehuisen (norm: minimaal 25%).⁸⁰

EVOLUTIE 2012-2016

De verhouding interne producties / externe producties (basis: televisieproductiebudget) (norm: maximaal 75% / minimaal 25%) bleef in de periode 2012-2016 vrij stabiel:

- 2012: 68,8% / 31,2%
- 2013: 66,1% / 33,9%
- 2014: 69,3% / 30,7%
- 2015: 66,1% / 33,9%

Elk jaar werden alle nieuws- en duidingsprogramma's (100%) intern geproduceerd (norm: 100%).

Elk jaar werden alle radioprogramma's (100%) intern geproduceerd (norm: 90%).

Met het oog op het ondersteunen van het Vlaamse media-ecosysteem, werkte de VRT voor verschillende producties samen met externe productiehuisen:

- > Het dagelijks magazine *Iedereen beroemd* (Eén) werd intern geproduceerd in samenwerking met

⁸⁰ De definitie uit de Beheersovereenkomst 2012-2016 leidde de voorbije jaren regelmatig tot discussies en interpretatieverschillen met de externe productiehuisen en VOTP (Vlaamse Onafhankelijke Televisie Producenten). Ze was immers gebaseerd op het totale budget dat een productiehuis ter beschikking had om een televisieprogramma te maken. Volgens de nieuwe definitie in de Beheersovereenkomst 2016-2020 wordt voortaan enkel nog rekening gehouden met de uitgaande geldstromen naar de externe productiehuisen, zonder de VRT-inbreng in natura en zonder de schermreurn (zoals bv. productplacement). De definitie uit de Beheersovereenkomst 2012-2016 gaf ook een onvolledig beeld over de mate waarin de VRT de totale externe audiovisuele sector stimuleert. Het ging enkel over de bestedingen in de televisieproductiesector en niet over de radio- en de digitale productiesector en de facilitaire sector. Vanaf 2016 zal gerapporteerd worden volgens de nieuwe definitie.

- De Chinezen.
- > Voor het zomermagazine *1000 zonnen* (Eén) maakten De liefhebbers een dagelijkse rubriek.
- > De talkshow *Café Corsari* (Eén) was een coproductie met Eyeworks.
- > De fictiereeks *De Ridder* (Eén) was een coproductie met Eyeworks.
- > De fictiereeks *Tom & Harry* (Eén) was een coproductie met Kanakna/Zodiac Belgium.
- > De documentaire reeks *Slijk* (Canvas) werd gemaakt in samenwerking met Diplodokus.

VRT START-UP

De afdeling VRT Start-Up zoekt naar toepassingen om als omroep relevant te blijven voor alle doelgroepen, specifiek voor de generatie die minder de traditionele media gebruiken. Het team ontwikkelt content, formats, mediaproducten en werkmethode die inspelen op de nieuwe mediabehoefte. Als het uittesten van een idee, format of product leidt tot waardevolle resultaten, dan kan de VRT beslissen om het in te zetten via haar bestaande media-merken.

VRT Start-Up had in 2015 onder andere volgende projecten:

- > het ontwikkelen van niet-lineaire formats voor 25-45-jarigen. Dat leidde onder andere tot het AHA-platform van Radio 2 (zie p. 37);
- > het realiseren van een nieuw formaat om nieuws en duiding op een interactieve en visueel sterke

- manier online te brengen;
- > de NUUUS-applicatie (een nieuws-app met berichten op maat van jongeren in combinatie met filmpjes) werd uitgetest door een volledige redactie;
- > het zoeken naar digitale formats die aansluiten bij de 60+-ers;
- > inzicht verwerven over specifieke formats en mediaproducten om jongeren van vreemde afkomst beter te kunnen bereiken.

VRT Start-Up verenigt jong en creatief Vlaams talent met interesse voor digitale media, in Open VRT. Dat wil hen inspireren, verbinden en stimuleren om hun vaardigheden te verbeteren. Daarvoor organiseerde Open VRT in 2015 workshops en evenementen en verspreidde de afdeling informatie via Openvrt.be, een nieuwsbrief en de sociale media.



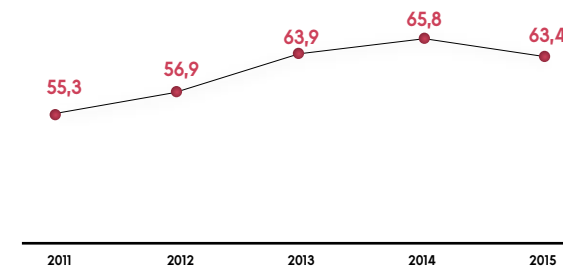
'Open VRT wil creatief Vlaams talent met interesse voor digitale media inspireren, verbinden en stimuleren om hun vaardigheden te verbeteren.'

3.2 BIJDRAGE AAN DE VLAAMSE AUDIOVISUELE PRODUCTIESECTOR

De VRT ondersteunde de Vlaamse audiovisuele productiesector in 2015 op verschillende manieren:

- > via preferentiële partnerschappen met onafhankelijke productiehuisen;
- > via rechtstreekse productiebestellingen bij onafhankelijke productiehuisen;
- > via participaties in onafhankelijke productiehuisen (zie hieronder);
- > via ontwikkelingsgelden;
- > via coproducties;
- > via bestellingen bij facilitaire bedrijven;
- > via de samenwerking met het Vlaams Audiovisueel fonds;
- > door samen te werken met Vlaamse start-ups en kmo's (zie p. 104).

EVOLUTIE BESTEDINGEN VLAAMSE PRODUCTIEHUIZEN
(IN MILJOEN EURO)



BRON: VRT

De Vlaamse onafhankelijke productiehuisen leverden in 2015 voor 63,4 miljoen euro diensten aan de VRT (ten opzichte van 65,8 miljoen euro in 2014).

EXTERNE PRODUCTIEHUIZEN

De VRT had in 2015 met vier productiehuisen een preferentieel partnerschap (ten opzichte van zeven in 2014). Deze productiehuisen (*De Chinezen*, *De Mensen*, *Hotel Hungaria* en *Studio 100*) hadden met andere woorden een langdurige overeenkomst met de omroep maar konden wel produceren voor andere omroepen.

Daarnaast deed de VRT een beroep op 28 productiehuisen voor de uitzending van VRT-televisieprogramma's: *Associate Directors*, *Alaska TV*, *Asteroïde 4364*, *Blazhoffski*, *Bonka Circus*, *Borgerhoff & Lamberigts*, *Cine3*, *Czar TV*, *Dans La Pluie*, *De TV-makers*, *De Wereldvrede bvba*, *DED's IT*, *Eyeworks*, *Flying Home bvba*, *Fobic Films*, *Geronimo*, *Het Nieuwshuis*, *HH107* (voorheen *De Filistijnen*), *Kanakna/Zodiac Belgium*, *Koeken Troef!*, *Menuet*, *Off World*, *Panenka*, *Skyline* (later overgegaan naar *De mensen*), *Sputnik*, *Sylvester Productions*, *Wild Heart Productions* en *Zilvermeer Productions bvba*. Op basis van ingezonden programmavoorstellen of uitgaande van open briefings met transparante criteria werden aan deze externe productiehuisen producties toegewezen.

DE CHINEZEN



Nadat de Raad van Bestuur zijn participatiebeleid goedkeurde, sloot de VRT in 2013 een participatieovereenkomst met het productiehuis De Chinezen (voor een minderheidsparticipatie van 10%). Daarnaast sloten beide partijen een innovatie-overeenkomst waarbij de VRT middelen ter beschikking stelde voor innovatieve contentcreatie.

Die investering in innovatieve contentcreatie leidde in 2015 tot: het programma *Radio Gaga*

(Canvas), een blog over honing (Honingblog.be) voor het programma *Voor hetzelfde geld* (Eén), een online-enquête voor het Generation What?-project (samen met de VRT en 10 andere openbare omroepen, zie p. 28) en een reeks met een online-luik voor reportages van Vlaamse documentairemakers (gepland voor uitzending in 2016).

De Chinezen produceerden daarnaast ook *De quiz van het jaar* (Eén), *Jonge benen* (Eén), *Afspraak in Rio* (Eén) en *Ten oorlog II* (Eén). Het productiehuis leverde ten slotte voor *Iedereen beroemd* (Eén) bijdragen (de rubrieken *De week van* en *De tanktest*).

ONTWIKKELINGSMIDDELEN

De VRT-netten investeerden 1.809.697 euro bij externe productiehuisen om de creativiteit in het Vlaamse ecosysteem te ondersteunen. Deze ontwikkelingsmiddelen werden ingezet bij de ontwikkeling van nieuwe mediaconcepten en formats.

—
'Het aandeel van de Vlaamse televisie(co)producties in prime time bedroeg 68,3%.'

3.3 BIJDRAGE AAN DE VLAAMSE IDENTITEIT

Het aandeel van de Vlaamse televisie(co)producties bedroeg 68,3% van de totale output op Eén en Canvas, uitgezonden tussen 18 en 23 uur (ten opzichte van 72,9% in 2014) (norm: 65%).

EVOLUTIE 2012-2015

Nadat in de eerste twee jaren van de Beheersovereenkomst 2012-2016 de 65%-norm niet werd gehaald (2012: 61,8% en 2013: 61,8%), was dat nadien wel het geval. Deze toename was hoofdzakelijk het gevolg van het feit dat Eén meer investeerde in Vlaamse fictie, voornamelijk de midweekfictie (zoals *Nieuw Texas*).

Verschillende Vlaamse televisieproducties werden met steun van het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF) gerealiseerd door Vlaamse onafhankelijke productiehuisen. Het VAF gaf financiële steun in de vorm van scenariosteun, ontwikkelingssteun en/of productiesteun, voor:

- > fictie: *Bevergem, Tytgat Chocolat, Clinch!, Tabula Rasa, Salamander 2, Trollie, Over water, B, De zoon van Artan en De twaalf*
- > documentaire: *El Color del Camaleon, Find me in Kakuma, Arno-Vive ma liberté, Sunnyside, Archi-belge, Boum Belge, Exitus, Barber Shop, Belgian Americans, Reset en Er was eens*
- > animatie: *Abrakodabra, Mush-Mush & de zwampies, Ridder muis, Otto, Posi & Friends, Droedels en Vos & Haas.*



Opnames van Tytgat Chocolat

3.4 SAMENWERKING MET EXTERNE PARTNERS

Bij het produceren voor de VRT moeten een aantal bepalingen gevolgd worden. Die zijn opgenomen in De Algemene Voorwaarden van de productieovereenkomsten. Het document stelt onder andere dat de principes van maatschappelijk verantwoord ondernemen in acht genomen moeten worden en dat de geldende sociale wetgeving nageleefd moet worden. Aangezien bij elke (co)productieovereenkomst De Algemene Voorwaarden toegevoegd worden, erkent het extern productiehuis dat een productie maakt voor VRT, deze principes. De VRT is wel de eindverantwoordelijke over haar programmering. (zie p. 112)



T. (productie: Skyline Entertainment)

Aan de producties zijn rechten verbonden, zoals de rechten van auteurs (m.b.t. muziek, scenario, regie, foto's, visuele kunsten, e.d.), de rechten van uitvoerende kunstenaars (zoals acteurs en dansers), de rechten van de producenten, de rechten van de omroep zelf, en de rechten van andere spelers op de markt (zoals sportorganisatoren, formathouders en concertorganisatoren). Met al deze protagonisten moet de VRT duidelijke rechtenregelingen overeenkomen in contracten. De Algemene Voorwaarden bevatten daarom ook de principes van de rechtenregeling (conceptrechten en exploitatierechten) bij externe producties.

De VRT was een actieve partner in het MediArte-platform over *Het sociaal charter voor de audiovisuele sector* dat samen met de externe productiehuisen was opgesteld. (zie p. 112)

CREATIVITEIT
EN EFFICIËNTIE

#4



4.1 HR-BELEID

Het HR-plan 2015 legde de klemtoon op verschillende HR-thema's.

- > **Bedrijfscultuur**
De VRT streefde naar een cultuurverandering op diverse vlakken:
 - De professionalisering van de bedrijfsprocessen en de aandacht voor de budgettaire consequenties van nieuwe initiatieven.
 - Het versterken van de competenties van leidinggevenden op het vlak van het ontwikkelen en het motiveren van medewerkers en overbrengen van een visie.
 - Het ontwikkelen van een participatieve bedrijfscultuur.
 - Het openlijk bespreken en opvolgen van de problemen die de medewerkers ervaren in hun dagelijks functioneren.
- > **Digitale omslag**
 - De VRT streefde naar de introductie van digitale toepassingen om de taken van de medewerkers efficiënt te ondersteunen. Zo werd onder meer gewerkt aan het Office 360°-project waarbij medewerkers en teams op een efficiënte manier online kunnen samenwerken (op een project- of teamsite) en aan de vernieuwing van het intranet.
 - HR zelf zette ook in op het verder digitaliseren van administratieve processen en het uitrollen van een digitaal leerplatform Lynda.com (zie verder).
 - De VRT-afdeling "Het Digitale Productie-Centrum" organiseerde demonstraties, workshops en informatiesessies over digitale onderwerpen.
- > **Het mobiliteitsbeleid**
 - De regeling over het woon-werkverkeer en de bedrijfswagens werd herzien. Het nieuwe reglement legde meer klemtonen op maatschappelijk en ecologisch verantwoord handelen bij het gebruik van wagens. Het voorziet daarvoor financiële stimuli. Het nieuwe mobiliteitskader wordt in de loop van 2016 van kracht.
 - Een nieuwe richtlijn over veilig en verantwoord rijden met lichte bestelwagens en vrachtwagens.

TEVREDENHEIDSENQUÊTE

Aan de hand van een online-enquête werd gepeild naar de tevredenheid van de VRT-medewerkers. De enquête werd georganiseerd in samenwerking met CEB, een internationaal kenniscentrum rond Human Resources. 1.646 medewerkers namen aan de bevraging vrijwillig deel. Uit de enquête bleek dat de VRT ondermaats presteerde op het vlak van interne communicatie, leiderschap en talentmanagement. De omroep startte eind 2015 met trajecten om deze pijnpunten aan te pakken. De aandacht voor leiderschapsvaardigheden en het versterken van het talentmanagement werden opgenomen in de Beheersovereenkomst 2016-2020.

'De VRT zet in op het ontwikkelen van een participatieve bedrijfscultuur.'

TALENTONTWIKKELING

De competenties van de medewerkers werden ondersteund op diverse manieren:

- > *Vaktechnische en talent-ontwikkeling*

De VRT wijzigde zijn aanpak van talentontwikkeling: naast een aantal klassieke opleidingen, coaching (zoals stem- en presentatiecoaching) en werkplekleren, konden medewerkers voortaan leren waar en wanneer ze dat zelf wilden. Daarvoor zette de VRT Lynda.com in. Dit online platform bevat onder andere video-zelfstudiepakketten voor medewerkers die hun creatieve of technische kennis wilden verbeteren en opleidingen over computertoepassingen. Daarmee werd de persoonlijke ontwikkeling van de medewerkers gestimuleerd.

Om de digitale toekomst van de omroep te verzekeren, was het belangrijk dat de medewerkers hun digitale competenties konden versterken. De VRT organiseerde daarom workshops over onder andere het filmen met smartphones, het digitaal monteren, het omgaan met en het kennis opdoen via de sociale media, en het schrijven voor online platformen.

De creativiteit van medewerkers werd nog op andere manieren gestimuleerd, zoals met informatiesessies (bijvoorbeeld over muziek), een Diversiteitsdag, een interne radioblog (Wildradio-blog, waar radiomakers ideeën en voorbeelden met elkaar konden uitwisselen).

INTEGERE ORGANISATIE



De VRT wil dat op alle vlakken geloofwaardig en betrouwbaar gehandeld wordt. Alle medewerkers moeten een integere houding aannemen.

Nadat in 2014 een integriteitscharter en -code werd goedgekeurd, trad het integriteitsbeleid in 2015 in werking. De coördinator integriteit (tevens manager beroepsethiek) werd bij de praktische invulling van het sociale luik van dat beleid ondersteund door vertrouwenspersonen en de preventieadviseur.

- > In januari werden het charter en de code verspreid onder de medewerkers.
- > Tegelijk werd een interne website integriteit gelanceerd.
- > 286 medewerkers (vooral leidinggevenden en werknemers met veel zakelijke contacten) volgden een workshop integriteit.
- > Tijdens de Dag van de Integriteit werden de medewerkers op verschillende manieren (o.a. met informatiesessies) geïnformeerd over het integriteitsbeleid.

Op 31 maart werd een meldingsregeling van kracht. Elke medewerker die een integriteitsbreuk vaststelt, kon dat voortaan gemakkelijker in vertrouwen melden aan zijn leidinggevende, een vertrouwenspersoon of de integriteitscoördinator en een intern onderzoek vragen.

Na bespreking op het sociaal overleg, werd de regeling voor externe cumul en nevenactiviteiten vernieuwd en de integriteitscode aangepast (met bepalingen over familie- en partnerrelaties op het werk).

De coördinator integriteit gaf 74 keer integriteitsadvies aan medewerkers (hoofdzakelijk over nevenactiviteiten en externe cumul).

Expeditie VRT



- > *Leiderschapsvaardigheden*

Om de leiderschapsvaardigheden van leidinggevenden te verbeteren, nam de omroep enkele initiatieven.

- 48 medewerkers volgden een persoonlijk ontwikkelingstraject (waaronder een Circumplex Leadership Scan 360°).
- De VRT zette in op coaching van leidinggevenden. Dat gebeurde door interne en externe coaches, waarbij ook coaches die gespecialiseerd zijn in stress- en burn-out-preventie.

AANWERVINGSBELEID

- > De VRT moet meer digitaal aanbod creëren om haar openbare opdracht te blijven waarmaken. Daarvoor moet zij digitaal talent kunnen inzetten.

De omroep nam in 2015 verschillende initiatieven in de zoektocht naar digitaal talent:

- 50 jongeren met een digitaal profiel namen deel aan Expeditie VRT. Een hele dag konden ze ervaren wat het is om deel uit te maken van een "digitaal team" bij de VRT.
- 16 studenten uit studierichtingen communicatie, design en journalistiek konden een week lang aan de slag op Camping VRT. Daarbij zochten ze, onder begeleiding van ervaren journalisten, naar nieuwe manieren om nieuws te verspreiden.
- Tijdens "digitale speeddate-sessies" konden kandidaten kennis maken met de VRT en met medewerkers met een digitaal profiel.

- > Het is belangrijk voor VRT Nieuws dat de omroep voor een instroom van journalistiek talent zorgt. Daarom organiseerde de VRT speeddate-sessies voor 60 journalisten. In 2015 kreeg journalistiek talent op die manier een functie op de VRT-nieuwsdienst.

- > Ongeveer 300 personen volgden een stage bij de VRT. Sinds 2015 kregen de stagiairs tijdens een welkomdag een introductie op de organisatie en interne werking van de VRT.

4.2 AANDACHT VOOR HET SOCIAAL KLIMAAT

Op het sociaal overleg kwamen in 2015 onder meer volgende onderwerpen aan bod:

- > In het voorjaar kreeg het Besparingsplan 2015 vorm (een gevolg van de dotatievermindering door de Vlaamse overheid). De personeelsdoelstellingen uit dat plan (maatregelen om de personeelskosten te verlagen en sociale maatregelen voor de begeleiding van de personeelsvermindering) werden gerealiseerd. De sociale partners maakten ook afspraken over duurzame tewerkstelling, onder andere over de types van arbeidscontracten, de interne mobiliteit en het aantrekken van personen met een digitaal profiel.
- > Na de zomer stond het transformatieplan en de voorbereiding van de Beheersovereenkomst 2016-2020 op de agenda van het sociaal overleg. Directie

en vakbonden bespraken de rol van de openbare omroep, de missie en toekomstvisie van de VRT, de diverse objectieven van de nieuwe beheersovereenkomst en de gevolgen van de toekomstige dotatieverminderingen.

- > Zowel de (decretale) pensioenreglementering van de statutaire medewerkers als het pensioenreglement van de contractuele medewerkers werd geanalyseerd en beter op mekaar afgestemd via de geëigende bestuurs- en overlegorganen. Het nieuwe aanvullende pensioenreglement voor contractuele medewerkers werd eind 2015 door het Sectorcomité XVIII van de Vlaamse Gemeenschap en door de Raad van Bestuur van de VRT goedgekeurd. Daardoor is de rechtszekerheid en de duidelijkheid van de pensioenbepalingen verhoogd. Het Pensioenfinancieringsorgaan Statutaire VRT werd overgeheveld naar de Vlaamse overheid.⁸⁵

4.3 PERSONEELSBESTAND

SAMENSTELLING

De VRT had eind 2015 2.313 actieve personeelsleden⁸¹ (eind 2014: 2.402) in dienst of 2.162,6 voltijds equivalenten⁸² (eind 2014: 2.243,1) (volgens Beheersovereenkomst 2012-2016: maximaal 2.338,2)⁸³. 80% van de personeelsleden was contractueel⁸⁴, 20% was statutair (ten opzichte van respectievelijk 72% en 28% eind 2012).

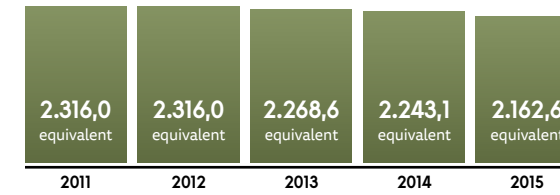
EVOLUTIE 2012-2016

Het reëel aantal medewerkers, uitgedrukt in voltijds equivalenten, nam in de periode 2012-2016 af met 153,4 voltijds equivalenten (of -6,6% ten opzichte van 2012).



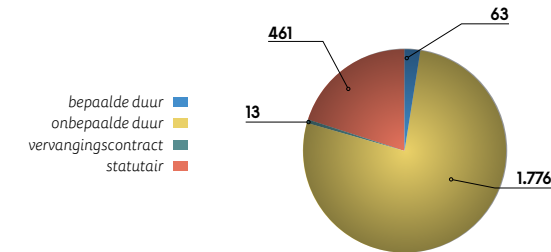
⁸⁵ Op 30 oktober 2015 keurde de Vlaamse regering principieel een voorontwerp van wijzigingsdecreet goed voor het pensioenreglement van de statutaire medewerkers. Zodoende doorloopt het nieuwe statutaire pensioenreglement de definitieve goedkeuringsprocedure. Het nieuwe decreet verduidelijkt de pensioenbepalingen en verhoogt de rechtszekerheid van de rechtshouders. In uitvoering van artikel 29 van het pensioen-decreet werden op 18 december 2015 de resterende tegoeden en de pensioenverplichtingen van het Pensioenfinancieringsorgaan Statutaire VRT overgedragen naar de Vlaamse Gemeenschap.

EVOLUTIE AANTAL VOLTIJDS EQUIVALENTEN (2011-2015)

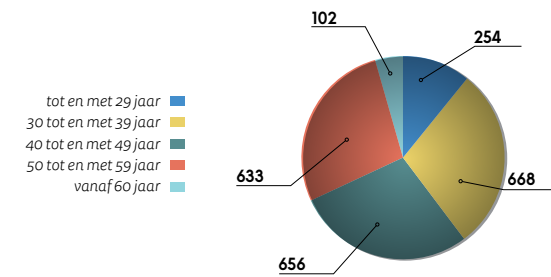


BRON: VRT

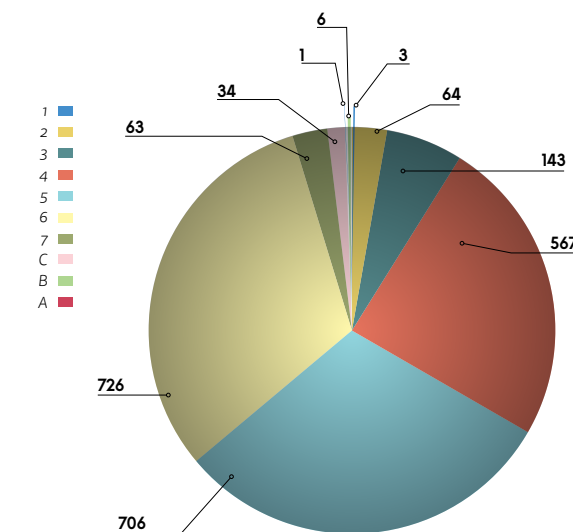
DE VERDELING VAN DE MEDEWERKERS VOLGENS CONTRACTSOORT⁸⁶



DE VERDELING VAN DE MEDEWERKERS VOLGENS LEEFTIJD⁸⁷



DE VERDELING VAN DE MEDEWERKERS OVER DE FUNCTIEKLASSEN⁸⁸



⁸⁶ Aantallen slaan op het aantal actieve personeelsleden.
⁸⁷ Aantallen slaan op het aantal actieve personeelsleden.
⁸⁸ Aantallen slaan op het aantal actieve personeelsleden.

DE VERDELING VAN DE MEDEWERKERS VOLGENS DIRECTIE⁸⁹

DIRECTIE (VOLTIJDS EQUIVALENTEN)	2015
Beleid	46,1
Algemene diensten & Financiën	171,1
Human Resources	56,4
Technologie & Operaties	650,3
Informatie	518,2
Media & Productie	720,5
TOTAAL	2162,6

DIVERSITEIT

De VRT moest volgens de Beheersovereenkomst 2012-2016 haar personeelsbestand diverser maken. 2,9% van alle medewerkers⁹⁰ had eind 2015 een migratieachtergrond (streefcijfer: 4%).⁹¹ 9,4% van de nieuwe medewerkers had een migratieachtergrond.



Eind 2015 had 1,2% van de medewerkers een arbeids-handicap⁹² (streefcijfer: 1,5%). Negen medewerkers hadden een integratieprotocol met de VRT afgesloten. Daardoor kregen zij ondersteuning om hun taken efficiënt te kunnen uitvoeren. De VRT hielp hen ook bij het aanvragen van een erkenning als werknemer met een arbeidsbeperking (om begeleiding en tussenkomsten van de VDAB te krijgen).

Eind 2015 was 39,0% van de medewerkers een vrouw (streefcijfer: 40%).⁹³ Vooral voor technische functies stelden zich relatief weinig vrouwen kandidaat. In het management (functieklassen A, B en C) was 22,0% een vrouw (streefcijfer: 33%).

⁸⁹ De indeling van de directies is die zoals de VRT in 2015 georganiseerd was. De reorganisaties van de voorbije jaren hebben tot nieuwe directies geleid. Een zinvolle vergelijking van het aantal medewerkers per directie met vroegere jaren is (uitgaande van de nieuwe organisatiestructuur) daardoor niet mogelijk.
⁹⁰ Op een totaal van 2.313 personeelsleden (op 31/12/2015).
⁹¹ In 2015 organiseerde de dienst Emancipatiezaken van de Vlaamse Gemeenschap een anonieme en geautomatiseerde telling.
⁹² Dit percentage was gebaseerd op het cijfer dat via vrijwillige registratie tot stand kwam in 2012 aangevuld met het aantal nieuwe medewerkers die een arbeids-handicap hebben en het aantal medewerkers die een arbeids-handicap kregen in 2013, 2014 en 2015.
⁹³ Op een totaal van 2.313 personeelsleden (op 31/12/2015).



EVOLUTIE 2012-2015

De streefcijfers diversiteit in het personeelsbestand uit de beheersovereenkomst zijn niet gehaald.

DIVERSITEIT IN HET PERSONEELSBESTAND	2012	2013	2014	2015
Personen met een migratieachtergrond (norm: 2,5% tegen eind 2012 en 4% tegen eind 2014)	(*)	2,0%	2,6%	2,9%
Personen met een beperking (norm: 1% tegen eind 2012 en 1,5% tegen eind 2014)	(*)	0,9%	1,1%	1,2%
Vrouwen (norm: 40% tegen eind 2014)	38,7%	39,2%	39,1%	39,0%
Vrouwen in het management (norm: 33% tegen eind 2014)	30,8%	25,0%	24,4%	22,0%

(*) geen % ter beschikking

Het personeelsbestand evolueerde naar een meer diverse samenstelling wat betreft personen met een migratieachtergrond en personen met een beperking, al was de evolutie niet zo groot als gewenst. De man/vrouw-verhouding (zowel in het totaal personeelsbestand als in het management) evolueerde in ongunstige zin ten opzichte van de opgestelde normen. Om financiële redenen bouwde de VRT haar personeelsbestand af. Dat bemoeilijkte de instroom van personen met een migratieachtergrond, personen met een beperking en vrouwen.

AANTREKKEN VAN DIVERS TALENT

Om vrouwen, personen met een beperking of personen met een migratieachtergrond aan te trekken, ondernam de VRT in 2015 verschillende initiatieven.

- > In 2015 kregen 10 personen met een arbeidshandicap of een migratieachtergrond een ervaringsstage bij de omroep (norm: 10).⁹⁴
- > 299 jongeren kwamen via een schoolstage in contact met de VRT en het werken in de media. Van deze groep hadden 24 studenten een migratieachtergrond.
- > De VRT had, met het oog op aantrekken van talent met een arbeidsbeperking, overleg met enkele GOB's (Gespecialiseerd Opleidings-, Begeleidings- en bemiddelingscentrum) over het aanduiden van een centraal aanspreekpunt. (Eind 2015 was er nog geen centraal aanspreekpunt aangeduid. Ondertussen onderhield de VRT in 2015 contacten met verschillende GOB's.)
- > In 2015 kon voor het eerst een leerjongere via een Beroepsinlevingsovereenkomst ervaring opdoen bij de VRT.
- > De VRT organiseerde Expeditie VRT (een evenement voor studenten met een digitaal profiel, zie p. 95) en speeddates voor de VRT-nieuwsdienst (zie p. 95). Jongeren met een migratieachtergrond werden daarvoor aangesproken.
- > De omroep werkte mee aan het FABIA-project (Fysieke ArbeidsBeperking in Activering). Deze denktank is gericht op het nagaan van mogelijkheden om personen met fysieke klachten of chronische pijn tewerk te stellen.
- > De VRT-netten zoeken voor sommige functies (zoals presentatieopdrachten) actief naar talent met een diversiteitsachtergrond. Indien nodig krijgen ze een eigen opleidingstraject.

Om de diversiteitsdoelstellingen in de toekomst te halen, zal de VRT naast deze initiatieven, het aantal specifieke acties naar bepaalde doelgroepen verder uitbreiden. De omroep zal verder inzetten op het zoeken naar nieuwe manieren om meer mensen met een migratieachtergrond aan te trekken. De netten zullen, waar het kan, meer samenwerken met organisaties die een band hebben met personen met een diversiteitsachtergrond (waarin ook personen met een migratieachtergrond actief zijn). Op die manier wil MNM bijvoorbeeld mensen uit de doelgroep de kans geven een stage bij het net te volgen.⁹⁵ De VRT wil ook de samenwerking met an-

⁹⁴ 1 persoon stopte vroeger met zijn ervaringsstage. De resterende tijd van de stageperiode werd ingevuld door een andere persoon met een arbeidsbeperking.

⁹⁵ De stages zijn niet specifiek naar deze doelgroep gericht, maar de VRT spreekt extra jongeren met een migratieachtergrond aan om zich kandidaat te stellen voor een stage.

dere mediaorganisaties en sectorfederaties uitbreiden om bijvoorbeeld meer vrouwen aan te kunnen trekken voor technische functies. De invulling van leidinggevende functies wil de VRT koppelen aan eigen gendernormen. De Beheersovereenkomst 2016-2020 hanteert voor 'personen met een handicap' een andere definitie dan de Beheersovereenkomst 2012-2016. Dat zal leiden tot andere manier van registreren van deze medewerkers. De VRT wil tegelijk er naar streven om meer integratieprotocollen voor personen met een beperking af te sluiten.

OPLEIDING & ONTWIKKELING VAN (DIVERSITEITS)COMPETENTIES

- > Verschillende cateringmedewerkers kregen in het kader van het VDAB-traject Nederlands op de werkvloer individuele begeleiding in het verwerven van taalkennis.
- > In 2015 organiseerde de VRT drie workshops diversiteitscoaching voor programmamedewerkers, producers, regisseurs en eindredacteers. De deelnemers kregen ervaringsgerichte oefeningen en informatie uit onderzoeken, en deelden goede en slechte ervaringen met elkaar. Nadien werd een diversiteitschecklist opgemaakt. Die bevatte tips over het omgaan met diversiteit tijdens het productieproces van een televisieprogramma.
- > Op een Diversiteitsdag zochten de nethoofden en merkbeheerders, aan de hand van oefeningen, naar mogelijkheden om de diversiteit in hun aanbod te versterken.



Op Zuiddag gingen 35 jongeren aan het werk bij de VRT. Hun 'loon' ging naar een goed doel (een jongerenproject in Nicaragua)

'De omroep zal verder zoeken naar nieuwe manieren om meer mensen met een migratieachtergrond en personen met een beperking aan te trekken.'

- > Leidinggevend en mentoren van ervaringsstagiairs volgden een workshop "Omgaan met diversiteit in een team".
- > De VRT startte samen met een GOB, met het begeleiden van medewerkers met een autismespectrumstoornis en hun collega's.
- > Verschillende medewerkers met een migratieachtergrond konden hun competenties verbeteren als gevolg van logopedische begeleiding (7 personen), een research- en een interviewopleiding (1) en presentatiecoaching en inlees-training (1).
- > Op twee netwerkevenementen *Straffe Madammen* konden programmamakers kennismaken met vrouwelijke experts.
- > De VRT reikte verschillende Diversiteitstrofeeën uit aan programmamakers voor hun aandacht voor diversiteit in hun producties.

4.4 EFFICIËNTE ORGANISATIE

De Beheersovereenkomst 2012-2016 stelt dat de VRT continu moet focussen op efficiëntie om financieel gezond te blijven. De VRT werd immers geconfronteerd met drie elementen:

- een te hoog kostenniveau in 2011
- een snellere stijging van de kosten dan van de eigen opbrengsten
- het VRT-engagement in het dossier van de overdracht van de statutaire pensioenverplichtingen.

Deze drie redenen lagen aan de basis van het efficiëntieplan dat een progressief verbeteringstraject bevat.

Tussen 2012 en 2015 volgden nog nieuwe besparingsrondes op het niveau van de Vlaamse Overheid. Dat had dotatieverminderingen voor de VRT tot gevolg.

- > In 2012 ging het om een inlevering van 3,9 miljoen euro op de dotatie voor het werkingsgedeelte.
- > Met de budgetcontrole van 2013 werd de dotatie met 4,3 miljoen euro extra verminderd.
- > Bij de begrotingsaanpassing van 2014 werd de dotatie voor de personeelsuitgaven met 3,6 miljoen euro verminderd.
- > Op 26 september 2014 bezorgde de Vlaamse Regering nieuwe cijfers van een nieuwe dotatievermindering die de VRT in de periode 2015-2019 moest opvangen.

Voor het jaar 2015 betekende dat een vermindering van de dotatie met 14 miljoen euro:

- > Enerzijds werd voor de VRT een eigen besparingstraject uitgetekend over de periode 2015-2019 dat oploopt van 15 miljoen euro in 2015 tot 29,5 miljoen euro in 2019.
- > Ook werd in 2015 het werkingsaandeel van de dotatie niet geïndexeerd.
- > Anderzijds werd in 2015 een éénmalige compensatie voor de vergrijzingskost toegekend.

Deze dotatieverminderingen (van 2012, 2013, 2014 en 2015) betekenen dat het niveau van de dotatie eind 2015 25,8 miljoen euro lager lag dan in de Beheersovereenkomst 2012-2016 was bepaald. Om toch financieel gezond te blijven, heeft de VRT dan zware interne besparingsoperaties doorgevoerd en efficiëntietrajecten afgelegd. De nieuwe dotatievermindering van 14 miljoen euro in 2015 had als gevolg dat bijkomende interne besparingsmaatre-

gelen moesten genomen worden. Deze besparingen slaan zowel op het personeelsbudget, het werkingsbudget, als het investeringsbudget. Ook werden ze verdeeld over aanbod en organisatie.

Besparingen op aanbod waren o.a.:

- > het schrappen van OP12;
- > gerichte besparingen op de televisienetten Eén en Canvas, waarbij primetime gevrijwaard werd;
- > het schrappen in de rechtenportefeuille van Sport, en in Sport op zondag;
- > de aangepaste inzet van middelen bij Nieuws, en besparingen op bepaalde programma's;
- > het anders produceren bij Radio 1 en Klara;
- > het schrappen van de ont koppeling voor Avondpost op Radio 2;
- > besparingen op evenementen op Studio Brussel en MNM;
- > de integratie van Cobra.be in Canvas.be;
- > het beperken van de aanwezigheid op evenementen via samenwerking tussen de verschillende merken.

Wat de besparingen binnen de organisatie betreft, ging het over:

- > een efficiëntietraject binnen alle directies;
- > maatregelen die de totale kosten van de verloning verminderden;
- > het optimaliseren van aankoopcontracten;
- > het maken van kritische keuzes inzake investeringen.

Omdat de financiële middelen schaarser worden en ze zo veel mogelijk moeten terugvloeien naar de gemeenschap onder de vorm van aanbod, zoekt de VRT continu naar manieren om in de toekomst nog efficiënter te werken. In 2015 bleef de kostenefficiëntie dan ook een prioriteit voor de VRT. Ook werd er in 2015 (ondanks de besparingen) toch voor geopteerd om de versterking van het digitale aanbod verder te zetten, en werden middelen geheroriënteerd van het lineair (radio/tv) aanbod naar het digitaal aanbod.

De VRT sloot 2015 uiteindelijk af met een financieel resultaat dat 0,5 miljoen euro beter was dan gepland in de beheersovereenkomst.⁹⁶ Ook daalde het personeelsbestand in 2015 met 80,5 voltijds equivalenten ten opzichte van eind 2014.

⁹⁶ Cfr. Hoofdstuk "Doelstellingen uit de beheersovereenkomst: performantie" - OD 39.1

NIEUW VRT-GEBOUW

De Raad van Bestuur en de directie van de VRT kozen in 2013 voor het realiseren van een nieuwbouwproject in Brussel. Daarbij viel de keuze uiteindelijk op de huidige Reyerssite.

66 nationale en internationale ontwerpteams stelden zich in 2014 kandidaat voor de Open Oproep van de Vlaams Bouwmeester. Vijf kandidaten werden nadien gekozen om een uitgewerkt ontwerpvoorstel te maken. De VRT-medewerkers konden kennismaken met de ontwerpen en hun mening overmaken. Eind 2015 besliste de Raad van Bestuur van de VRT om de Tijdelijke Vereniging rond Robbrecht en Daem Architecten en Dierendonckblanche Architecten⁹⁷ aan te duiden als de ontwerpers van het nieuwe VRT-gebouw.

In de loop van 2018 zal gestart worden met de bouwwerken. Tegen eind 2021 zullen de VRT-medewerkers en -studio's verhuizen naar de nieuwbouw. De VRT wil bovendien dat het nieuwe omroepgebouw ook een cultureel- en ontmoetingscentrum wordt.

'De VRT wil dat het nieuwe omroepgebouw ook een cultureel- en ontmoetingscentrum wordt.'



⁹⁷ In het ontwerpteam zitten ook VK Engineering en ARUP.

ONDERZOEK & INNOVATIE

HAPPY

#5



In de loop van 2015 kwamen de VRT en de minister van Media overeen om de Beheersovereenkomst 2012-2016 vroegtijdig te beëindigen (en een nieuwe beheersovereenkomst (2016-2020) aan te gaan). Tijdens de voorbereiding naar een nieuwe beheersovereenkomst, werd het voor de VRT duidelijk dat onderzoek en innovatie als een specifieke toegevoegde opdracht zou vervallen. In overleg werd afgesproken dat de lopende projecten nog afgewerkt konden worden tijdens een overgangperiode.

De VRT-afdeling Onderzoek & Innovatie werkte in 2015 aan projecten over het meten van data en nieuwe mediaproductietechnieken (onder andere met betrekking tot virtueelereality-toepassingen). Een VRT-project startte met het in kaart brengen van de huidige gepersonaliseerde mediadiensten in Vlaanderen om na te gaan hoe die het best konden worden ingezet.

PROJECTEN

VRT Onderzoek & Innovatie werkte aan verschillende Europese innovatieprojecten:

- > ICoSOLE was een project (samen met BBC R&D) in het FP7-programma van de Europese Commissie over de totaalbeleving van live-evenementen zoals festivals en sportwedstrijden;
- > Empathic was een project over contextgebaseerde (media-)toepassingen;
- > Het Immersia-project (over immersiviteit) werd goedgekeurd binnen het Europese Horizon2020-traject.

VRT Onderzoek & Innovatie werkte samen met iMinds-onderzoeksgroepen, het IWT, MiX, SMIT (VUB), CUO (KU Leuven) en iLab.o. De afdeling zette in het EBU Technical Committee, het sturende orgaan van EBU Technology & Innovation.



VRT SANDBOX

Na een testperiode in 2014 werd VRT Sandbox in 2015 structureel opgenomen in de innovatiewerking van de VRT. Met dit initiatief biedt de VRT aan Vlaamse start-ups en kmo's die zich op de mediasector richten, tijdelijk fysieke ruimte binnen het omroepcentrum om hun producten en diensten te installeren, uit te testen en te demonstreren. De VRT stelt connectiviteit met productiesystemen, toegang tot programmamakers, toegang tot eindgebruikers en het netwerk van Europese omroepen ter beschikking.

In 2015 werden samenwerkingen opgestart met 19 Vlaamse innovators. Zij kregen de kans om eigen media-innovaties uit te testen in een echte mediaproductie-context. De projecten hadden onder andere betrekking op virtuele realiteit, interactieve video-toepassingen en gebruikerssystemen voor online redacties.

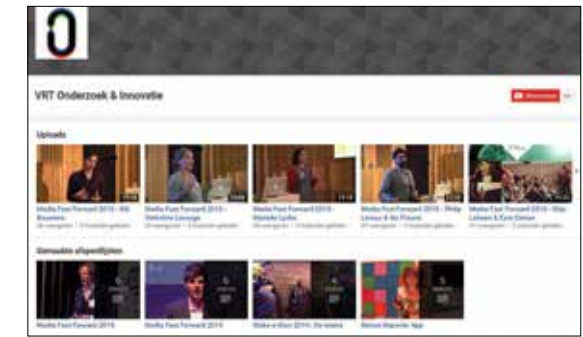
'VRT Sandbox biedt aan Vlaamse start-ups en kmo's tijdelijk fysieke ruimte om hun producten en diensten uit te testen binnen het omroepcentrum.'

DELEN VAN KENNIS

De VRT stelde de resultaten van haar media-innovatieonderzoek ter beschikking van MiX en andere actoren in het Vlaamse medialandschap. *Media Fast Forward* richtte zich naar de Vlaamse mediasector. De VRT stelde er de resultaten van haar innovatieprojecten voor.

Op het Creative Circle-evenement werden de projectresultaten van VRT Sandbox voorgesteld aan de mediasector. De Vlaamse innovators waarmee de VRT op innovatief vlak samenwerkte, kwamen zo in contact met andere spelers in het medialandschap.⁹⁸

Op Innovatie.vrt.be publiceerde VRT Onderzoek & Innovatie informatie over de lopende en afgeronde onderzoeksprojecten en de andere innovatieactiviteiten van de openbare omroep. De Engelstalige versie (Innovation.vrt.be) ondersteunde het samenwerken met buitenlandse onderzoeksinstituten.



⁹⁸ Elk jaar van de Beheersovereenkomst 2012-2016 organiseerde de VRT twee workshops waarin externen konden kennismaken met de resultaten van de innovatieve VRT-projecten (norm: 2).

ARCHIEF

#6



De VRT zette haar samenwerking met het Vlaams Instituut voor Audiovisuele Archivering (VIAA) voort zowel op het vlak van digitalisering als op het vlak van ontsluiting.



DIGITALISERING EN ANNOTATIE

- > Door de samenwerking met het VIAA kon de digitalisering van het VHS-archief van de VRT afgerond worden (in totaal goed voor 142.000 uur). Daardoor kunnen nu alle televisie-uitzendingen van de omroep sinds 1986 op een duurzame manier bewaard blijven. Omdat dit audiovisueel archief nu gedigitaliseerd is, wordt het voor geschiedkundig onderzoek makkelijker raadpleegbaar.
- > Met de financiële steun van het VIAA digitaliseerde de VRT verder haar SP-SX-collectie. In 2015 werden daarvan bijna 21.000 uren gedigitaliseerd. De VRT verwacht dat de digitalisering van het SP-SX-materiaal in de loop van het voorjaar van 2016 wordt afgerond.
- > In 2015 zette de VRT, samen met het VIAA, meer dan 20.000 analoge audiobanden⁹⁹ (kwartduimbanden) om naar een digitaal formaat. Dit audio-archief bevat gesproken radioprogramma's en muziekopnames (waarvan vele van Vlaamse makelij).
- > In 2015 ripte de VRT, gefinancierd door VIAA, meer dan 11.000 uur aan radio-opnames op CDR.
- > De VRT startte met de omzetting van 30.000 digitale betacam-banden naar digitale bestanden.
- > In 2015 werden ongeveer 5.000 gedigitaliseerde bestanden (woord- en video-items) van minstens basisannotatie voorzien. Dit materiaal kan gebruikt worden door het VIAA en is nu gemakkelijker terug te vinden door programmamakers.

ONDERZOEK EN ONTSLUITING

Het platform Testbeeld¹⁰⁰ van VIAA werd in 2015 verder uitgewerkt. Het heeft als doel "leerkrachten op een eenvoudige manier toegang te bieden tot film- of audiomateriaal van de openbare omroep, de regionale omroepen en diverse erfgoedinstellingen zoals musea en archieven".¹⁰¹ De VRT bood via Testbeeld audiovisueel erfgoed aan het onderwijs aan.

Versillende VRT-archivarissen werkten aan Testbeeld mee. Vanuit de educatieve doelstelling van het project zochten ze naar archiefmateriaal dat geschikt was voor gebruik in het onderwijs. Om zo bruikbaar mogelijk materiaal te vinden, werkte de omroep samen met leerkrachten in dienst van het VIAA. Eind 2015 bevatte Testbeeld al meer dan 5.500 VRT-items (met het oog op de verschillende officiële leerplannen). Eind 2015 gebruikte reeds meer dan 15% van alle Vlaamse scholen het platform¹⁰².

'Via Testbeeld bood de VRT 5.500 items aan leerkrachten aan.'



▲ Testbeeld (Het archief voor onderwijs)

▼ Van pool tot evenaar



▼ Canzonissima



► De kolderbrigade



▲ Buiten de zone

BEWAREN

- > Een van de taken van het VIAA is het digitaal materiaal duurzaam te bewaren. In 2015 werden de gedigitaliseerde bestanden nog door de VRT opgeslagen en bewaard. Het is de bedoeling dat deze bestanden in een later stadium overgedragen worden aan het VIAA. Daarvoor zou de VRT met het VIAA een Service-niveau-overeenkomst moeten afsluiten.
- > Analoge dragers werden na digitalisering door het VIAA terug bezorgd aan de contenteigenaars. Bij de VRT blijven de analoge tapes nog bewaard tot na de controle van de gedigitaliseerde file. Tegen de ingebruikname van het nieuwe omroepgebouw (eind 2021) wil de openbare omroep al zijn analoge bestanden gedigitaliseerd hebben. Vanaf dat moment verliest het bewaren van de analoge tapes alle meerwaarde. Daarom wordt geen opslagruimte voor de analoge dragers (behalve voor filmrollen) voorzien in het nieuwe VRT-gebouw.

¹⁰⁰ Testbeeld heet sinds 1 januari 2016 Het archief voor onderwijs.

¹⁰¹ Bron: Testbeeld.viaa.be

¹⁰² Bron: VIAA

⁹⁹ Van de in totaal 100.000 kwartduim-audiobanden.



DUURZAAM EN
MAATSCHAPPELIJK
VERANTWOORD
ONDERNEMEN

#7

De VRT wil, in de mate van het mogelijke, rekening houden met haar socio-economische, maatschappelijke en ecologische impact.



- > De VRT wil haar ecologische voetafdruk zo klein mogelijk maken (zie p. 113).
- > De VRT wil maatschappelijk verantwoord ondernemen (zie hiernaast).
- > De VRT wil verantwoord en efficiënt omgaan met haar middelen (zie p. 100).
- > De VRT wil een duurzame relatie met haar publiek behouden door in te zetten op de digitale shift. (zie p. 50)
- > De VRT wil de Vlaamse audiovisuele productiesector versterken (zie p. 89).
- > De VRT wil investeren in mediatalent (zie p. 95).
- > De VRT wil samenwerken met organisaties uit diverse sectoren, zoals de cultuursector, het onderwijs en het Vlaamse middenveld (zie p. 27).

MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN

SOCIAAL CHARTER

De VRT streefde de doelstellingen van het Sociaal Charter voor de Audiovisuele Sector na. Het charter bevat een reeks engagementen en acties op een aantal domeinen: onderwijs en stages, starten in de sector, werken in de sector, intellectuele eigendom, veiligheid en welzijn, flexibiliteit en arbeidsdruk, werk-privé-balans en sociaal overleg.

De partners van Mediarte (waaronder de VRT) werkten in 2015 aan de ontwikkeling van een enquête die bij de werknemers in de Vlaamse audiovisuele sector zal peilen naar stressfactoren, werkdruk en de oorzaken ervan.

OVEREENKOMSTEN MET LEVERANCIERS

In alle overeenkomsten die de VRT afsluit met leveranciers is een clause opgenomen over maatschappelijke verantwoord ondernemen.

Daarmee verbindt de medecontractant zich ertoe om bij de uitvoering van die overeenkomst de principes van maatschappelijk verantwoord ondernemen in acht te nemen en de geldende sociale regelgeving steeds na te leven. De contractant verbindt er zich ook toe dat hij alle contractuele voorwaarden die hij zelf aangaat voor de uitvoering van de VRT-overeenkomst, ook schriftelijk vastlegt (bevattende onder andere financiële afspraken en de te presteren duur).

De medecontract verbindt er zich ook toe om aan zijn medewerkers en onderaannemers schriftelijk te melden dat zij voor klachten over tot de werkomstandigheden met betrekking tot het VRT-project terecht kunnen bij een klachtenmeldpunt bij de VRT, preventie@vrt.be. Daar worden de klachten op een vertrouwelijke wijze behandeld.

REDACTIONELE ONAFHANKELIJKHEID

De VRT-redacties werken autonoom en in alle onafhankelijkheid. Dat geldt ook voor de externe productiehuisen die een productie maken voor de VRT.

De VRT draagt in alle gevallen de eindverantwoordelijkheid over de programmering van de netten.

Daarbij spelen de financieringsbronnen (eigen middelen, middelen van commerciële partners, enzovoort) geen rol bij de inhoudelijke invulling van een productie. Indien een productie gebruik maakt van institutionele financiering of productplacement, dan moet de VRT dat ook goedkeuren. De autonomie van de redacties wordt ook bevestigd in verschillende richtlijnen (zoals het Programmacharter en het beleidskader voor institutionele financiering van televisieprogramma's).

VERKLEINEN VAN DE ECOLOGISCHE VOETAFDruk

Gegeven de beperkingen van haar huisvesting, probeerde de VRT haar ecologische voetafdruk te beperken, bijvoorbeeld door het gebruik maken van groene stroom en het opnemen van energieprestaties als criterium voor technologische vervangingsinvesteringen.



▲ Dikketruiendag

De VRT sensibiliseerde in 2015 over milieuthema's en klimaat op verschillende manieren:

- > ten aanzien van haar personeel:
 - de VRT nam deel aan Dikketruiendag waarbij de verwarming een paar graden lager gezet werd. Door deze sensibiliseringscampagne werd de boodschap dat 'een graadje lager aanzienlijk wat energiebesparing en vermindering van CO₂-uitstoot oplevert', uitgedragen binnen de organisatie. Verschillende VRT-netten hadden aandacht voor de actie (bijvoorbeeld Ketnet in Karrewiet).



▲ Car Free Festival (Studio Brussel)

- Met Earth Hour (actie van WWF voor het klimaat), doofde de VRT op 25 maart 2015 de verlichting op de VRT-toren. Dit ter ondersteuning van het idee dat iedereen kan bijdragen in de strijd tegen de klimaatverandering.
 - Ter ondersteuning van de Autoloze zondag (van Brussel) informeerde de VRT haar medewerkers over de mobiliteitsalternatieven.
 - In 2015 stelde de VRT een nieuwe mobiliteitsregeling voor het woon-werkverkeer en de bedrijfswagens op (ze wordt van kracht in 2016). Om ecologisch verantwoorde verplaatsingen te ondersteunen, voorziet het nieuwe kader financiële stimuli.
- > in het aanbod hadden de VRT-netten regelmatig aandacht voor milieu en klimaat (bijvoorbeeld naar aanleiding van de internationale klimaatconferentie in Parijs).

Het huidige omroepcentrum te Brussel voldoet niet aan de energieprestatieregelgeving. Het toekomstige omroepgebouw zal daar verandering in brengen.

Vijf ontwerpteams mochten een voorstel indienen voor de nieuwe VRT-huisvesting. Het programma van eisen dat hun werd overhandigd, bevatte een hoofdstuk waarin de VRT-ambities inzake duurzaamheid werden beschreven. De VRT ambieert voor haar kantooromgeving de hoogst mogelijke score van 4 sterren (volgens het scoringsmechanisme beschreven in de publicatie "waardering van kantoorgebouwen – op weg naar een duurzame huisvesting voor de Vlaamse Overheid").

'Iedereen die meewerkt aan een productie voor de VRT kan klachten over de werkomstandigheden indienen bij een klachtenmeldpunt bij de omroep.'

DEUGDELIJK BESTUUR

RAAD VAN BESTUUR

Samenstelling

De samenstelling van de Raad van Bestuur en de benoemingsbepalingen van bestuurders en van de voorzitter zijn vastgelegd in artikelen 12 en 13 van het Mediadecreet¹⁰³. Artikel 19 van de Cultuurwet vereist bovendien dat de samenstelling van de Raad van Bestuur de evenredige vertegenwoordiging van de politieke fracties in het Vlaams Parlement weerspiegelt.

Tot 21 januari 2015 was de Raad van Bestuur als volgt samengesteld:

- > Luc Van den Brande, voorzitter
- > Chris Reniers, ondervoorzitter
- > Marc De Clercq,
- > Rudi De Kerpel,
- > Eric Defoort,
- > Eric Deleu,
- > Jozef Deleu,
- > Thérèse Deshayes,
- > Dimitri Hoegaerts,
- > Noël Slangen,
- > Annelies Van Cauwelaert,
- > Ellen Van Orshaegen

De Buitengewone Algemene Vergadering van 21 januari 2015 heeft het mandaat van deze bestuurders beëindigd en een nieuwe Raad van Bestuur benoemd. Volgende personen werden aangesteld met een mandaat van 5 jaar dat ingaat per 21 januari 2015:

- > Luc Van den Brande, voorzitter
- > Ellen Van Orshaegen, ondervoorzitter
- > Marc De Clercq,
- > Eric Defoort,
- > Sihame El Kaouakibi,
- > Véronique Matthys,
- > Nico Moyaert,
- > Freya Piryns,
- > Chris Reniers,
- > Jan Roegiers,
- > Dirk Sterckx,
- > Chris Verhaegen

In de loop van 2015 nam Dirk Sterckx ontslag als bestuurder. Hij werd met ingang van 25 juli 2015 vervangen door Christian Leysen (beslissing met terugwerkende kracht van de Buitengewone Algemene Vergadering van 4 september 2015).

Een korte biografie van de bestuurders en de belangrijkste functies die ze buiten de VRT uitoefenen, staat te lezen op de bedrijfswebsite van de VRT (www.vrt.be).

Vergaderfrequentie

De Raad van Bestuur vergadert in principe de laatste maand van elke maand (behalve in juli en augustus).

In 2015 vergaderde de Raad van Bestuur 16 keer, 1 keer in zijn oude samenstelling, 15 keer in de nieuwe samenstelling.

Bevoegdheden

De bevoegdheden van de Raad van Bestuur zijn bepaald in artikel 13, §1 van het Mediadecreet.

1. het vastleggen van de algemene strategie van de VRT;
2. het nemen van beslissingen over aangelegenheden met strategisch karakter. Een aangelegenheid heeft een strategisch karakter als ze een belangrijke impact heeft op het handelen van de VRT in de Vlaamse samenleving of op het medialandschap. De raad van bestuur beslist over het strategische karakter van een aangelegenheid;
3. het goedkeuren, namens de VRT, van de beheersovereenkomst en van elke wijziging ervan;
4. het goedkeuren van het jaarlijkse ondernemingsplan en van strategische meerjarenplannen die de doelstellingen en de strategie op de halflange termijn vastleggen. Het jaarlijkse ondernemingsplan bevat onder meer het algemene programmabeleid, de strategie inzake communicatie en public relations, de raming van de inkomsten en uitgaven en van het personeelscontingent;
5. het opmaken van de inventaris en de jaarrekening met de balans, de resultatenrekening en de toelichting, en het opstellen van het jaarverslag;
6. het goedkeuren van de regels voor de aanwerving en de rechtspositie van het personeel;
7. het aanstellen en ontslaan van de leden van het directiecollege, op voordracht van de gedelegeerd bestuurder;

8. het uitoefenen van toezicht op de gedelegeerd bestuurder bij de uitvoering van de beheersovereenkomst, het ondernemingsplan en de beslissingen van de raad van bestuur;
9. het bemiddelen bij personele conflicten binnen het directiecollege;
10. het beslissen over deelneming van de VRT aan vennootschappen, verenigingen en samenwerkingsverbanden;
11. het beslissen over de oprichting van vennootschappen door de VRT;
12. het toezicht op de werking en de resultaten van de vennootschappen, verenigingen en samenwerkingsverbanden, vermeld in punten 10° en 11°;
13. de aanwijzing van de vertegenwoordigers van de VRT in de bestuursorganen van de vennootschappen, verenigingen en samenwerkingsverbanden, vermeld in punten 10° en 11°;
14. het bijeenroepen van de algemene vergadering en het vaststellen van de agenda;
15. het opstellen van het kader waarbinnen de VRT merchandising- en nevenactiviteiten uitoefent.

Het beslissingsproces binnen de Raad van Bestuur wordt uiteengezet in het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT, dat opgenomen is op de bedrijfswebsite van de VRT (www.vrt.be).

COMITÉS OPGERICHT DOOR DE RAAD VAN BESTUUR

Binnen de Raad van Bestuur bestaan volgende comités:

Auditcomité

Samenstelling

Zoals bepaald in artikel 31 van het Mediadecreet en artikel 11bis van de statuten heeft de Raad van Bestuur een Auditcomité opgericht. De samenstelling van het Auditcomité is geregeld in *bijlage C.1 Auditcomité - 4. Samenstelling van het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT*.

In het Auditcomité zetelden in 2015:

- > Véronique Matthys (voorzitter)
- > Marc De Clercq
- > Chris Reniers
- > Luc Van den Brande

(In januari 2015 vergaderde het Auditcomité nog een keer in zijn vorige samenstelling met Annelies Van Cauwelaert (voorzitter), Luc Van den Brande en Chris Reniers.)

De gemeenschapsafgevaardigde, de gedelegeerd bestuurder en de manager Interne Audit worden als waarnemers uitgenodigd om de vergaderingen van het Auditcomité bij te wonen.

Vergaderfrequentie

Het Auditcomité vergaderde negen keer in 2015.

Bevoegdheden

De bevoegdheid van het Auditcomité is bepaald in *bijlage C.1 Auditcomité - 3. Opdracht van het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT*.

In essentie staat het Auditcomité de Raad van Bestuur bij in zijn toezichtsfunctie, meer bepaald op vlak van de financiële informatie van de VRT, de naleving door de vennootschap VRT van wettelijke verplichtingen, de kwalificaties en de onafhankelijkheid van de bij de VRT aangestelde commissaris en de werking van interne controle en risicobeheersing.

Strategisch Comité VAR en dochterondernemingen van VAR

Samenstelling

De samenstelling van het Strategisch Comité VAR en dochterondernemingen van VAR (hierna 'Strategisch Comité VAR' genoemd), is geregeld in *bijlage C.3 Charter VRT strategisch comité VAR en dochterondernemingen VAR - 3. Samenstelling van het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT*.

In het Strategisch Comité VAR zetelden in 2015:

- > Dirk Sterckx (voorzitter tot 23 juli 2015, nadien was de heer Sterckx ook geen lid meer)
- > Christian Leysen (voorzitter vanaf 14 september 2015, voordien was de heer Leysen geen lid)
- > Nico Moyaert
- > Freya Piryns
- > Jan Roegiers

De gemeenschapsafgevaardigde, de gedelegeerd bestuurder, het bestuurslid dat ook bestuurslid is bij VAR (Marc De Clercq) en de voorzitter van de Raad van Bestuur worden als waarnemers uitgenodigd om de vergaderingen van het Strategisch Comité VAR bij te wonen.

Vergaderfrequentie

Het Strategisch Comité VAR vergaderde vijf keer in 2015.

¹⁰³ Met de term "Mediadecreet" wordt het Decreet van 27 maart 2009 betreffende Radio-Omroep en Televisie bedoeld.

Bevoegdheden

De bevoegdheid van het Strategisch Comité VAR is bepaald in *bijlage C.3 Charter VRT strategisch comité VAR en dochterondernemingen VAR - 2. Rol en opdracht van het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT.*

Het Strategisch Comité VAR ondersteunt de Raad van Bestuur van de VRT bij het oriënteren van de strategie van de VAR en van haar dochterondernemingen en het toezien op de uitvoering van deze strategie. Het functioneert als overlegforum met het management van de VAR en bereidt de beslissingen inzake de VAR en dochterondernemingen van VAR voor.

Remuneratie- en benoemingscomité

Samenstelling

De Raad van Bestuur heeft een Remuneratie- en benoemingscomité. De samenstelling van het Remuneratie- en benoemingscomité is geregeld in *bijlage C.2 Remuneratie- en benoemingscomité: Charter - 3. Samenstelling van het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT.*

In het Remuneratie- en benoemingscomité zetelden in 2015:

- > Luc Van den Brande (voorzitter)
- > Eric Defoort
- > Dirk Sterckx (tot 23 juli 2015)
- > Christian Leysen (vanaf 14 september 2015)

Vergaderfrequentie

Het Remuneratie- en benoemingscomité vergaderde zeven keer in 2015.

Bevoegdheden

De bevoegdheid van het Remuneratie- en benoemingscomité is bepaald in *bijlage C.2 Remuneratie- en benoemingscomité: Charter - 2. Rol en opdracht van het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT.*

Het Remuneratie- en Benoemingscomité doet voorstellen aan de Raad van Bestuur voor het vastleggen van de jaarlijkse doelstellingen voor de gedelegeerd bestuurder en de leden van het VRT-directiecollege. Het bereidt de evaluatie over het behalen van deze doelstellingen voor en heeft een rol bij het formuleren van voorstellen voor het verloningsbeleid van het management en voor benoeming of ontslag van leden van het VRT-directiecollege.

Ad hocsubcomité beheersovereenkomst

De Raad van Bestuur heeft de mogelijkheid om naast de permanente comités, ad hocsubcomités op te richten. Zo voorziet het Charter Deugdelijk Bestuur dat bij de voorbereiding van een nieuwe Beheersovereenkomst voor de VRT een ad hocsubcomité Beheersovereenkomst wordt opgericht. De Raad van Bestuur nam de beslissing tot oprichting van dit Ad hocsubcomité Beheersovereenkomst in zijn vergadering van 25 februari 2015.

Samenstelling

Het Ad hocsubcomité Beheersovereenkomst werd conform de richtlijn uit het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT samengesteld door de voorzitter van de Raad van Bestuur.

In het Ad hocsubcomité beheersovereenkomst zetelden in 2015:

- > Luc Van den Brande (voorzitter)
- > Ellen Van Orshaegen
- > Christian Leysen (toegevoegd lid vanaf 26 oktober 2015)

Vergaderfrequentie

Het Ad hocsubcomité Beheersovereenkomst vergaderde vier keer in 2015.

Bevoegdheden

Het Ad hocsubcomité Beheersovereenkomst bereidde, conform het Charter van deugdelijk Bestuur van de VRT, het opstellen van de beheersovereenkomst voor aan de hand van voorstellen en informatie die de gedelegeerd bestuurder voorlegt.

GEDELEGEERD BESTUURDER EN HET VRT-DIRECTIECOLLEGE

Samenstelling

De gedelegeerd bestuurder wordt benoemd en ontslagen door de Algemene Vergadering. Dit is zo bepaald in artikel 14 van het Mediadecreet en artikel 16 van de statuten van de VRT.

Leo Hellemans werd met ingang van 15 november 2014 door de Algemene vergadering tot gedelegeerd bestuurder benoemd.

De gedelegeerd bestuurder wordt bijgestaan door het VRT-directiecollege dat hij voorziet.

De samenstelling van het VRT-directiecollege is vastgelegd in artikel 14 van het Mediadecreet en in artikel 17 van de statuten. De leden van het VRT-directiecollege worden aangesteld en ontslagen door de Raad van Bestuur op voordracht van de gedelegeerd bestuurder.

Het VRT-directiecollege was in 2015 als volgt samengesteld:

- > Leo Hellemans, gedelegeerd bestuurder
- > Karen Braeckmans, algemeen directeur HR (tot half februari 2015)
- > Hans Cockx, algemeen directeur HR (vanaf 1 juni 2015)
- > Peter Claes, algemeen directeur Media & Productie
- > Sophie Cooreman, algemeen directeur financiën
- > Mick De Valck, algemeen directeur Technologie en operaties
- > Luc Rademakers, algemeen directeur Informatie
- > Lut Vercruysse, directeur Strategie

Een korte biografie van de leden van het VRT-directiecollege en de belangrijkste functies die zij buiten de VRT uitoefenen, wordt weergegeven op de corporate website van de VRT (www.vrt.be).

Vergaderfrequentie

De vergaderingen van het VRT-Directiecollege worden in principe wekelijks gehouden, gewoonlijk op woensdag. Het VRT-Directiecollege vergaderde 40 keer in 2015.

Bevoegdheden

De bevoegdheid van de gedelegeerd bestuurder en het VRT-Directiecollege zijn vastgelegd in artikel 14 van het Mediadecreet en artikel 16 van de statuten.

De gedelegeerd bestuurder is belast met en exclusief bevoegd voor de volgende taken van het operationele bestuur van de VRT:

1. op het vlak van het management van de dienstverlening: de voorbereiding en de uitvoering van de jaarlijkse ondernemingsplannen en strategische meerjarenplannen, die voortvloeien uit de beheersovereenkomst en goedgekeurd worden door de raad van bestuur;
2. inzake de productontwikkeling: het ontwikkelen van nieuwe en het verbeteren van bestaande diensten, producten en processen die passen in het beleid van de VRT;
3. inzake het personeelsbeleid: het voeren van een coherent personeelsbeleid, dat afgestemd is op de strategische ontwikkeling van de VRT en de omgevingsfactoren waarbinnen de dienstverlening plaatsvindt, overeenkomstig de rechtspositieregeling van het personeel en de richtlijnen van de Raad van Bestuur binnen het jaarlijkse ondernemingsplan daarover;

4. inzake het financiële beleid: de uitvoering van alle budgettaire en boekhoudkundige verrichtingen binnen het jaarlijkse ondernemingsplan, met inbegrip van het registreren van de verbintenissen, de goedkeuring en de boeking van de verplichtingen, de boeking van de vorderingen en het doen van alle ontvangsten en uitgaven binnen de machtigende begroting;
5. inzake het beheer van de infrastructuur: het voeren van een coherent beleid voor gebouwen, verbruiks- en patrimoniumgoederen, een efficiënt voorraadbeheer en het optimale beheer van de infrastructuur van de VRT binnen de limieten van het door de Raad van Bestuur goedgekeurde investeringsprogramma;
6. inzake communicatie en public relations: het voeren van een eigentijds intern en extern communicatiebeleid, in overeenstemming met de door de Raad van Bestuur vastgelegde richtlijnen daarover;
7. het vaststellen van het programma-aanbod en het uitzendschema;
8. het nemen van andere operationele beslissingen die nuttig of nodig zijn voor de goede werking van de VRT en die niet tot de bevoegdheden behoren van de Raad van Bestuur.

De gedelegeerd bestuurder neemt met raadgevende stem deel aan de vergaderingen van de Raad van Bestuur. De gedelegeerd bestuurder is belast met de voorbereiding van de beslissingen van de Raad van Bestuur. Hij verstrekt aan de Raad van Bestuur alle nodige inlichtingen en brengt alle voorstellen die voor de werking van de VRT nuttig of nodig zijn, op de agenda van de Raad van Bestuur.

De gedelegeerd bestuurder vertegenwoordigt de VRT in de gerechtelijke en buitengerechtelijke handelingen, met inbegrip van het optreden voor administratieve rechtscolleges, en treedt rechtsgeldig op in naam en voor rekening van de VRT, zonder dat hij dat aan de hand van een beslissing van de Raad van Bestuur moet staven.

Met behoud van de toepassing van de rechtspositieregeling van het personeel mag de gedelegeerd bestuurder onder zijn verantwoordelijkheid een of meer specifieke bevoegdheden, met inbegrip van die welke vermeld worden in artikel 14 van het mediadecreet, delegeren aan een of meer personeelsleden van de VRT.

De gedelegeerd bestuurder voert de beslissingen van de Raad van Bestuur uit.

BEZOLDIGINGEN VAN DE LEDEN VAN DE BESTUURSORGANEN

Bezoldiging Van de bestuurders

Artikel 14 van de statuten bepaalt: “De algemene vergadering legt de vergoeding van de bestuurders vast.”

De door de algemene vergadering goedgekeurde regeling omvat:

De vergoedingen van de leden van de Raad van Bestuur bestaan uit:

- > een vaste vergoeding op jaarbasis van 2.500 euro
- > een presentiegeld van 250 euro per bijgewoonde vergadering van de Raad van Bestuur voor maximaal 15 vergaderingen per jaar. Vanaf de 16e vergadering op jaarbasis en ongeacht de aan- of afwezigheid van een bestuurder op de voorafgaande vergaderingen, wordt het bedrag per vergadering gehalveerd.
- > de vaste vergoeding op jaarbasis en het presentiegeld per bijgewoonde vergadering van de Raad van Bestuur wordt verdubbeld voor de Voorzitter van de Raad van Bestuur.
- > een presentiegeld van 250 euro per bijgewoonde (buitengewone) Algemene Vergadering toe te kennen. Voor de voorzitter van de Raad van Bestuur wordt dit presentiegeld per bijgewoonde vergadering verdubbeld.
- > de bestuurders die lid zijn van het Auditcomité, het Strategisch Comité VAR en dochterondernemingen VAR, het Remuneratie- en Benoemingscomité en het ad hoc subcomité Beheersovereenkomst, ontvangen een presentiegeld van 250 euro per bijgewoonde vergadering
- > de bestuurder die als vaste vertegenwoordiger in de raad van Bestuur Var zetelt voor het uitoefenen van het bestuurdersmandaat namens de VRT, ontvangt een presentiegeld van 250 euro per bijgewoonde vergadering
- > de bestuurders die lid zijn van het Pensioenfonds Statutairen en/of het Pensioenfonds Contractuelen ontvangen een presentiegeld van 250 euro per bijgewoonde vergadering

De vermelde bedragen zijn 100% bedragen, volgen de evolutie van het gezondheidsindexcijfer en zijn gekoppeld aan de spilindex.

De bestuurders ontvangen daarnaast ook een vergoeding voor de reiskosten verbonden aan de uitoefening van hun mandaat.

Deze regeling staat beschreven in het reglement ‘Terugbetaling reiskosten leden Raad van Bestuur’, goedgekeurd door het Remuneratie- en Benoemingscomité van 29 maart 2011.

BEZOLDIGING VAN DE GEDELEGEERD BESTUURDER

Artikel 19 van het Decreet Deugdelijk bestuur¹⁰⁴ bepaalt: “De jaarlijkse bezoldiging van de personeelsleden en de leden van de Raad van Bestuur van de entiteiten, vermeld in artikel 2§1, mag niet meer bedragen dan de jaarlijkse bezoldiging van de minister-president van de Vlaamse regering.” De bezoldiging van de gedelegeerd bestuurder van de VRT voldoet aan deze bepaling.

MEDEDELINGEN INZAKE DEUGDELIJK BESTUUR

Conform het Charter van Deugdelijk Bestuur voert de Raad van Bestuur, onder leiding van de voorzitter van de Raad van Bestuur, tweejaarlijks een zelfevaluatie door om vast te stellen of de Raad zelf en de Comités efficiënt functioneren.

De evaluatie heeft als doelstellingen:

- > Beoordelen hoe de Raad werkt waaronder ook zijn rol, positie, omvang en samenstelling;
- > Nagaan of de belangrijke punten behoorlijk worden voorbereid en behandeld.

De Raad van Bestuur beoordeelt ook de interactie met de gedelegeerd bestuurder en het Directiecollege en met de Aandeelhouder(s).

Aan de hand van een zelfevaluatievragenlijst wordt gevraagd in welke mate er voldaan wordt aan de vereisten, handelingen en te nemen beslissingen die worden opgelegd door het Charter van Deugdelijk Bestuur en op de werking van de Raad van Bestuur.

De vorige tweejaarlijkse zelfevaluatie dateert van 2014.¹⁰⁵

¹⁰⁴ Decreet van 22 november 2013 betreffende deugdelijk bestuur in de Vlaamse publieke sector

¹⁰⁵ De volgende zelfevaluatie gebeurde in februari 2016.



FINANCIËLE PERFORMANTIE

#8



8.1 JAARREKENING 2015

EVALUATIE 2015

De VRT behaalde in 2015 samen met al haar medewerkers vrijwel alle doelstellingen uit de Beheersovereenkomst 2012-2016.

Die beheersovereenkomst bepaalde dat de VRT een onderscheidend, kwaliteitsvol en vernieuwend aanbod moest brengen voor alle mediagebruikers in Vlaanderen, en de mediagebruiker moest volgen in zijn veranderend mediagebruik. De overeenkomst legde daarbij de klemtoon op de maatschappelijke meerwaarde van de VRT. De openbare omroep moest de Vlaamse samenleving in al haar diversiteit bereiken en weerspiegelen, een hoge kwaliteitsstandaard garanderen, transparant zijn en gericht op samenwerking. De omroep nam daarom in 2015 alle noodzakelijke inspanningen om hier in te slagen.

Om de omroep van alle Vlamingen te zijn, bood de VRT in 2015 een aanbod dat gericht is op alle bevolkingsgroepen. Dat deed zij enerzijds met een aanbod dat gericht is op een breed publiek en anderzijds met een aanbod voor specifieke bevolkingsgroepen, zoals kinderen, slechthorenden en slechtzienden. Daarbij gebruikte de VRT sterke merken op verschillende platformen. De netten boden een complementair aanbod, elk vertrekkend vanuit hun eigen profiel en waarden.

De VRT bereikte ook steeds op een meer aangepaste manier sommige bevolkingsgroepen (zoals kinderen en jongeren) die meer en meer gebruik maakten van de digitale platformen. Dat deed ze door haar aanbod op de digitale platformen (online en mobiel) te versterken. Alle VRT-merken namen in 2015 extra stappen om hun digitaal aanbod te versterken (zo kreeg Canvas een sterke digitale pijler op Canvas.be). De themasites Deredactie.be (nieuws) en Sporza.be (sport) zochten naar nieuwe manieren om hun digitaal aanbod op een toegankelijke manier aan te bieden en te verspreiden.

Het VRT-radio-aanbod bereikte in 2015 de verschillende bevolkingsgroepen in de Vlaamse samenleving. Het totale weekbereik bleef doorheen het jaar vrij stabiel.

- > Radio 1 focuste op de informatieve opdracht en duiding bij de actualiteit.
- > Het familienet Radio 2 had extra aandacht voor nieuws en informatie uit de verschillende Vlaamse regio's.
- > MNM had een toegankelijk maar geëngageerd aanbod op jongeren en nieuwe Vlamingen.
- > Studio Brussel bood een eigenzinnig cultuur- en muziekaanbod dat hoofdzakelijk gericht was op de jonge luisteraars.
- > Klara besteedde haar aandacht hoofdzakelijk aan cultuur en klassieke muziek.

Nadat de Vlaamse overheid in 2014 had beslist om het jongerenet OP12 op VRT-Televisie stop te zetten, behield de omroep vanaf 1 januari 2015 drie netten (Eén, Canvas en Ketnet) die elk hun eigen uitzendkanaal hadden. Samen haalden ze een hoog bereik in alle verschillende bevolkingsgroepen.

- > Eén bood, vertrekkend vanuit een horizontale programmering, een aanbod dat opgebouwd was rond de openbare omroepdomeinen (informatie, cultuur, educatie, ontspanning en sport) en gericht was op het brede publiek.
- > Nadat het bereik van Canvas was afgenomen, vernieuwde de zender in het najaar zijn aanbod met programma's die opgebouwd werden rond de kern domeinen politiek, kunst en cultuur, wetenschappen, economie en ondernemen, en sport.
- > Ketnet bood een reclamevrij, veilig, kwaliteitsvol en interactief Vlaams kinderaanbod op televisie en online.

Het Vlaamse medialandschap voelde in 2015 steeds sterker de druk van belangrijke internationale mediabedrijven. Om ook in de toekomst een sterke Vlaamse mediasector te kunnen behouden, zal de VRT enerzijds er alles aan doen om samen te werken met andere Vlaamse media-organisaties en anderzijds zo toonaangevend mogelijk blijven. Dit in het belang van de Vlaamse samenleving.

FINANCIËEL VERSLAG

In 2015 werd opnieuw een efficiëntietraject uitgevoerd.

Een eerste oorzaak was de continue efficiëntieverbetering opgenomen in de Beheersovereenkomst 2012-2016 om de VRT financieel gezond te houden. Drie redenen lagen aan de basis van een noodzakelijk progressief efficiëntietraject: a) een te hoog structureel kostenniveau in 2011, b) de eigen opbrengsten die minder snel stegen dan de evolutie van de kosten en c) het bijkomend engagement dat de VRT op zich had genomen in het dossier van de overdracht van de statutaire pensioenverplichtingen.

Een tweede oorzaak van het efficiëntietraject waren de besparingsmaatregelen op het niveau van de Vlaamse Overheid. Aan de VRT werd een eigen bijkomend besparingstraject opgelegd van 15 miljoen euro in 2015 en oplopend met 5,5 miljoen in 2016 en telkens 3 miljoen in 2017, 2018 en 2019 of in totaal 29,5 miljoen euro. Daarnaast werd de VRT geconfronteerd met horizontale besparingen (desindexering, besparingen in het budget voor Onderzoek & Innovatie en de verminderde compensatie voor de vergrijzingskosten). Bovendien koos de VRT ervoor om de digitale shift verder te zetten in 2015, goed voor een bedrag van 8 miljoen euro (voor de heroriëntering van lineair naar digitaal aanbod).

Deze elementen (de continue efficiëntieverbetering, de besparingsmaatregelen en de verschuiving van de middelen in het kader van de digitale shift) leidden tot het nemen van bijkomende besparingsmaatregelen (in totaal 26 miljoen euro in 2015) die bovendien onmiddellijk effect moesten ressorteren. De besparingen werden verdeeld over twee grote domeinen: aanbod en organisatie (efficiëntie, verloning, aankoopcontracten en investeringen). Voor beide werden maatregelen gedefinieerd die zowel een impact op personeel (daling van het personeelscontingent met 128,5 FTE) als op exploitatie hadden. Een derde hefboom (beperkter in omvang) was het verwerven van bijkomende inkomsten (ambitie om extra inkomsten uit distributie te verwerven).

ONDERZOEK EN INNOVATIE

VRT Onderzoek en Innovatie werkte in 2015 intensief samen met Vlaamse en Internationale partners aan projecten over de toekomst van de media. VRT Onderzoek en Innovatie participeerde sterk in de EBU, zowel in de expertgroepen als in het sturend orgaan van EBU Technology & Innovation (Technical Committee).

De resultaten van het onderzoek van VRT Onderzoek en Innovatie werden gedeeld met het iMinds en andere actoren van het Vlaams medialandschap. Naast de valorisatie door de betrokken starters en partners, werden de onderzoeksresultaten ook als input gebruikt voor investeringsprojecten bij VRT Technologie & Operaties.

FINANCIËLE INSTRUMENTEN

Gezien het belang van de aankopen in vreemde deviezen (USD, CHF en GBP) en de noodzaak om de aankoop- en projectbudgetten efficiënt te kunnen plannen, worden jaarlijks valuta-optiecontracten afgesloten die de onderneming maximaal indekken tegen wisselkoersrisico's op de schulden in vreemde deviezen over een periode van 1 jaar. De totale waarde van de hedgingcontracten op 31 december 2015 bedroeg 7,8 miljoen euro.

BIJKANTOREN

De vennootschap heeft geen bijkantoren

CONTINUÏTEITS-VERKLARING

n.v.t.

GEBEURTENISSEN NA HET EINDE VAN HET BOEKJAAR

n.v.t.

RESULTAATVERWERKING

Het boekjaar werd afgesloten met een winst van 4.872.357,98 euro.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor het resultaat te verwerken door een toevoeging aan de wettelijke reserve van 243.617,90 euro.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor om 6.162.260,22 euro toe te voegen aan het reservefonds publieke opdracht, zijnde het resultaat van de publieke opdracht (6.405.878,12 euro) verminderd met de toevoeging aan de wettelijke reserve.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor om een bedrag van 900.000,00 euro over te hevelen van de reserve publieke opdracht naar het reservefonds buitengebruikstelling Omroepcentrum.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor om voor de kosten van de versnelde afschrijvingen ingevolge de geplande nieuwbouw 950.000,00 euro af te nemen van de reserve buitengebruikstelling Omroepcentrum.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor het resultaat van Onderzoek en Ontwikkeling te verwerken door een afname van 583.520,14 euro van de beschikbare reserve Onderzoek en Ontwikkeling.

Brussel, 21 maart 2016



LUC VAN DEN BRANDE
Voorzitter Raad van Bestuur



PAUL LEMBRECHTS
Gedelegeerd bestuurder VRT

BALANS EN RESULTATENREKENING (IN EURO)

VOL 2.1 BALANS NA WINSTVERDELING				
ACTIVA	TOEL.	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
VASTE ACTIVA		20/28	93.869.920	99.815.917
Immateriële vaste activa		21	6.956.149	5.950.550
Materiële vaste activa	5.3	22/27	73.111.06	80.127.662
Terreinen en gebouwen		22	34.283.331	38.086.854
Installaties, machines en uitrusting		23	26.883.925	30.225.213
Meubilair en rollend materieel		24	6.383.483	6.978.054
Overige materiële vaste activa		26	108.470	108.470
Activa in aanbouw en vooruitbetalingen		27	5.451.856	4.729.071
Financiële vaste activa	5.5.1/5.4	28	13.802.705	13.737.705
Verbonden ondernemingen	5.14	280/1	13.567.336	13.567.336
Deelnemingen		280	13.567.336	13.567.336
Andere financiële vaste activa		284/8	235.369	170.369
Aandelen		284	235.369	170.369
VLOTTENDE ACTIVA		29/58	258.848.524	275.610.504
Vorraden en bestellingen in uitvoering		3	80.806.665	84.759.311
Vorraden		30/36	80.806.665	84.759.311
Grond- en hulpstoffen		30/31	43.383.463	42.476.724
Goederen in bewerking		32	29.976.000	34.320.496
Gereed product		33	3.934.725	4.702.107
Handelsgoederen		34	1.618	1.618
Vooruitbetalingen		36	3.510.859	3.258.366
Vorderingen op ten hoogste één jaar		40/41	161.311.578	180.587.799
Handelsvorderingen		40	50.278.839	45.670.809
Overige vorderingen		41	111.032.739	134.916.990
Liquide middelen		54/58	13.070.788	6.088.932
Overlopende rekeningen	5.6	490/1	3.659.493	4.174.462
TOTAAL DER ACTIVA		20/58	352.718.444	375.426.422

VOL 2.2 BALANS NA WINSTVERDELING				
PASSIVA	TOEL.	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
EIGEN VERMOGEN		10/15	214.773.369	210.034.154
Kapitaal	5.7	10	137.509.337	137.509.337
Geplaatst kapitaal		100	137.509.337	137.509.337
Reserves		13	31.619.335	26.746.977
Wettelijke reserve		130	1.384.159	1.140.541
Beschikbare reserves		133	30.235.176	25.606.436
Overgedragen winst (verlies) (+)/(-)		14	45.551.079	45.551.079
Kapitaalsubsidies		15	93.618	226.761
VOORZIENINGEN EN UITGESTELDE BELASTINGEN		16	13.206.176	19.975.169
Voorzieningen voor risico's en kosten		160/5	13.206.177	19.975.169
Pensioenen en soortgelijke verplichtingen		160	108.452	145.370
Overige risico's en kosten	5.8	163/5	13.097.724	19.829.799
SCHULDEN		17/49	124.738.899	145.417.099
Schulden op ten hoogste één jaar		42/48	122.036.458	142.599.428
Financiële schulden		43		11.545.700
Kredietinstellingen		430/8		11.545.700
Handelsschulden		44	70.837.083	84.663.419
Leveranciers		440/4	70.837.083	84.663.419
Schulden met betrekking tot belastingen, bezoldigingen en sociale lasten	5.9	45	42.990.245	45.474.223
Belastingen		450/3	17.909.288	16.238.257
Bezoldigingen en sociale lasten		454/9	25.080.957	29.235.966
Overige schulden		47/48	8.209.130	916.086
Overlopende rekeningen	5.9	492/3	2.702.441	2.817.671
TOTAAL DER PASSIVA		10/49	352.718.444	375.426.422

VOL 3 RESULTATENREKENING				
	TOEL.	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Bedrijfsopbrengsten		70/74	433.425.574	451.495.084
Omzet	5.10	70	432.352.680	444.217.847
Voorraad goederen in bewerking en gereed product en bestellingen in uitvoering: toename (afname) (+)/(-)		71	-5.111.877	256.637
Andere bedrijfsopbrengsten	5.10	74	6.184.770	7.020.601
Bedrijfskosten		60/64	430.613.292	468.470.328
Handelsgoederen, grond- en hulpstoffen		60	21.304.208	30.588.133
Aankopen		600/8	22.207.682	21.757.979
Voorraad: afname (toename) (+)/(-)		609	-903.475	8.830.154
Diensten en diverse goederen		61	210.847.399	219.996.294
Bezoldigingen, sociale lasten en pensioenen (+)/(-)	5.10	62	183.866.520	192.171.315
Afschrijvingen en waardeverminderingen op oprichtingskosten, op immateriële en materiële vaste activa		630	19.432.671	21.344.007
Waardeverminderingen op voorraden, bestellingen in uitvoering en handelsvorderingen: toevoegingen (terugnemingen) (+)/(-)		631/4	124.474	474.758
Voorzieningen voor risico's en kosten: toevoegingen (bestedingen en terugnemingen) (+)/(-)	5.10	635/7	-6.768.992	1.840.313
Andere bedrijfskosten	5.10	640/8	1.807.011	2.055.508
BEDRIJFSWINST (BEDRIJFSVERLIES) (+)/(-)		9901	2.812.282	-16.975.244
Financiële opbrengsten		75	2.694.722	3.163.535
Opbrengsten uit financiële vaste activa		750	2.292.876	2.550.000
Opbrengsten uit vlottende activa		751	268.702	438.683
Andere financiële opbrengsten	5.11	752/9	133.143	174.852
Financiële kosten	5.11	65	607.047	121.069
Waardeverminderingen op vlottende activa andere dan voorraden, bestellingen in uitvoering en handelsvorderingen: toevoegingen (terugneming) (+)/(-)		651	45.000	
Andere financiële kosten		652/9	562.047	121.069
WINST (VERLIES) UIT DE GEWONEN BEDRIJFSUITOEFENING VOOR BELASTING (+)/(-)		9902	4.899.958	-13.932.777
Belastingen op het resultaat (+)/(-)	5.12	67/77	27.600	26.648
Belastingen		670/3	27.600	26.648
WINST (VERLIES) VAN HET BOEKJAAR (+)/(-)		9904	4.872.358	-13.959.425
TE BESTEMMEN WINST (VERLIES) VAN HET BOEKJAAR (+)/(-)		9905	4.872.358	-13.959.425

VOL 4 RESULTAATVERWERKING			
	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Te bestemmen winst (verlies) (+)/(-)	9906	50.423.437	31.591.654
Te bestemmen winst (verlies) van het boekjaar (+)/(-)	(9905)	4.872.358	-13.959.425
Overgedragen winst (verlies) van het vorige boekjaar (+)/(-)	14P	45.551.079	45.551.079
Onttrekking aan het eigen vermogen	791/2	2.433.520	13.988.850
aan de reserves	792	2.433.520	13.988.850
Toevoeging aan het eigen vermogen	691/2	7.305.878	29.425
aan de wettelijke reserves	6920	243.618	
aan de overige reserves	6921	7.062.260	29.425
OVER TE DRAGEN WINST (VERLIES) (+)/(-)	(14)	45.551.079	45.551.079

VOL 5.2.2 CONCESSIONS, OCTROOIEN, LICENTIES, KNOWHOW, MERKEN EN SOORTGELIJKE RECHTEN			
	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8052P	xxxxxxxxxxx	30.600.941
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa	8022	3.750.852	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8042	394.061	
AANSCHAFFINGSWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8052	34.745.854	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8122P	xxxxxxxxxxx	24.650.391
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8072	3.318.845	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8112	-179.531	
AFSCHRIJVINGEN EN WAARDEVERMINDERINGEN PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8122	27.789.705	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	211	6.956.149	

VOL 5.3.1 TERREINEN EN GEBOUWEN			
	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8191P	xxxxxxxxxxx	126.635.854
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa	8161	118.223	
AANSCHAFFINGSWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8191	126.754.077	
Meerwaarde per einde van het boekjaar	8251P	xxxxxxxxxxx	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8321P	xxxxxxxxxxx	88.549.000
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8271	3.921.746	
AFSCHRIJVINGEN EN WAARDEVERMINDERINGEN PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8321	92.470.746	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(22)	34.283.331	

VOL 5.3.2 INSTALLATIES, MACHINES EN UITRUSTING			
	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8192P	xxxxxxxxxxx	164.683.167
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste	8162	3.477.946	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8172	1.160.674	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8182	205.646	
AANSCHAFFINGSWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8192	167.206.083	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8322P	xxxxxxxxxxx	134.457.954
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8272	9.165.922	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8302	1.154.370	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8312	-2.147.349	
AFSCHRIJVINGEN EN WAARDEVERMINDERINGEN PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8322	140.322.158	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(23)	26.883.925	

VOL 5.3.3 MEUBILAIR EN ROLLEND MATERIEEL			
	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8193P	xxxxxxxxxxx	62.088.029
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste	8163	1.921.132	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8173	1.240.063	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8183	-379.745	
AANSCHAFFINGSWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8193	62.389.354	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8323P	xxxxxxxxxxx	55.109.975
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8273	2.864.006	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8303	1.223.685	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8313	-744.426	
AFSCHRIJVINGEN EN WAARDEVERMINDERINGEN PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8323	56.005.870	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(24)	6.383.483	

VOL 5.3.5 OVERIGE MATERIËLE VASTE ACTIVA			
	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8195P	xxxxxxxxxxx	2.089.989
Mutaties tijdens het boekjaar			
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8175	933.438	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8185	3.233.457	
AANSCHAFFINGSWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8195	4.390.008	
Afschrijvingen en waardeverminderingen per einde van het boekjaar	8325P	xxxxxxxxxxx	1.981.519
Mutaties tijdens het boekjaar			
Geboekt	8275	162.152	
Afgeboekt na overdrachten en buitengebruikstellingen	8305	933.438	
Overgeboekt van een post naar een andere (+)/(-)	8315	3.071.305	
AFSCHRIJVINGEN EN WAARDEVERMINDERINGEN PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8325	4.281.538	
NETTOBOEKWAARDE PER DIFINITIE VAN HET BOEKJAAR	(26)	108.470	

VOL 5.3.6 ACTIVA IN AANBOUW EN VOORUITBETALINGEN			
	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8196P	xxxxxxxxxxx	4.729.071
Mutaties tijdens het boekjaar			
Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa	8166	5.252.938	
Overdrachten en buitengebruikstellingen	8176	1.076.736	
Overboeking van een post naar een andere (+)/(-)	8186	-3.453.418	
AANSCHAFFINGSWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8196	5.451.856	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(27)	5.451.856	

VOL 5.4.1 STAAT VAN DE FINANCIËLE VASTE ACTIVA			
VERBONDEN ONDERNEMINGEN - DEELNEMINGEN EN AANDELEN	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8391P	xxxxxxxxxxx	13.567.336
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8391	13.567.336	
NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	(280)	13.567.336	

VOL 5.4.3 STAAT VAN DE FINANCIËLE VASTE ACTIVA			
ANDERE ONDERNEMINGEN - DEELNEMINGEN EN AANDELEN	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Aanschaffingswaarde per einde van het boekjaar	8393P	xxxxxxxxxxx	170.369
Aanschaffingen	8363	65.000	
AANSCHAFFINGSWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR	8393	235.369	

VOL 5.5.1 INLICHTINGEN OMTRENT DE DEELNEMINGEN

DEELNEMINGEN EN MAATSCHAPPELIJKE RECHTEN AANGEHOUDEN IN ANDERE ONDERNEMINGEN

Hieronder worden de ondernemingen vermeld waarin de onderneming een deelneming bezit (opgenomen in de posten 280 en 282 van de activa), alsmede de andere ondernemingen waarin de onderneming maatschappelijke rechten bezit (opgenomen in de posten 284 en 51/53 van de activa) ten belope van ten minste 10% van het geplaatste kapitaal.

NAAM, volledig adres van de ZETEL en zo het een onderneming naar Belgisch recht betreft, het ONDERNEMINGSNUMMER	Aangehouden maatschappelijke rechten			Gegevens geput uit de laatst beschikbare jaarrekening			
	RECHTSTREEKS	DOCHTERS		JAARREKENING	MUNTCODE	EIGEN VERMOGEN	NETTORESULTAAT
	AANTAL	%	%			(+) of (-) (IN EENHEDEN)	
Vlaamse Audiovisuele Regie NV Tollaen 107, bus b3 1932 Sint-Stevens-Woluwe België							
BE 0441.331.984				31/12/14	EUR	15.527.852	6.318.831
Gewone aandelen op naam	10.000	100	0,00				
de chinezen NV Paul Deschannellaan 62 1030 Brussel België							
BE 0840.958.326				30/06/15	EUR	398.063	114.252
Klasse B-aandelen	100	10	0,00				

VOL 5.6 GELDBELEGGINGEN EN OVERLOPENDE REKENINGEN (ACTIVA)	
OVERLOPENDE REKENINGEN	BOEKJAAR
Uitsplitsing van de post 490/1 van de activa indien daaronder een belangrijk bedrag voorkomt	
Voorafbetaalde kosten	2.744.637
Nog te ontvangen distributieakkoorden	483.000
Nog te ontvangen diverse	431.856

VOL 5.7 STAAT VAN HET KAPITAAL EN DE AANDEELHOUDERSSTRUCTUUR				
STAAT VAN HET KAPITAAL	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR	AANTAL AANDELEN
Maatschappelijk kapitaal				
Geplaatst kapitaal per einde van het boekjaar	100P	xxxxxxxx	137.509.337	
Geplaatst kapitaal per einde van het boekjaar	(100)	137.509.337		
Samenstelling van het kapitaal				
Soorten aandelen				
aandelen zonder nominale waarde		137.509.337		100.000
aandelen op naam	8702	xxxxxxxx		100.000
aandelen aan toonder en/of gedematerialiseerde aandelen	8703	xxxxxxxx		

VOL 5.8 VOORZIENINGEN VOOR OVERIGE RISICO'S EN KOSTEN	
UITSPLITSING VAN DE POST 163/5 VAN DE PASSIVA INDIEN DAARONDER EEN BELANGRIJK BEDRAG VOORKOMT	BOEKJAAR
Voorzieningen voor uitstroommaatregelen en overige herstructureringen	6.878.366
Voorzieningen voor algemene risico's en kosten	6.119.359
Voorzieningen voor hangende geschillen	100.000

VOL 5.9 STAAT VAN DE SCHULDEN EN OVERLOPENDE REKENINGEN (PASSIVA)		
SCHULDEN MET BETREKKING TOT BELASTINGEN, BEZOLDIGINGEN EN SOCIALE LASTEN	CODES	BOEKJAAR
Belastingen (post 450/3 van de passiva)		
Niet-ervallen belastingschulden	9073	2.800.925
Geraamde belastingschulden	450	15.108.362
Bezoldigingen en sociale lasten (post 454/9 van de passiva)		
Andere schulden met betrekking tot bezoldigingen en sociale lasten	9077	25.080.957
OVERLOPENDE REKENINGEN		
Uitsplitsing van de post 492/3 van de passiva indien daaronder een belangrijk bedrag voorkomt		
Reeds gefactureerde opbrengsten		2.506.488
Andere over te dragen diverse		195.953

VOL 5.10 BEDRIJFSRESULTATEN			
BEDRIJFSKOSTEN	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Werknemers die zijn ingeschreven in het personeelsregister			
Totaal aantal op de afsluitingsdatum	9086	2.524	2.625
Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten	9087	2.227	2.289
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	9088	3.674.613	4.520.338
Personeelskosten			
Bezoldigingen en rechtstreekse sociale voordelen	620	133.739.949	140.809.595
Werkgeversbijdragen voor sociale verzekeringen	621	46.636.479	47.586.356
Andere personeelskosten	623	3.423.009	3.708.281
Ouderdoms- en overlevingspensioenen	624	67.083	67.083
Waardeverminderingen			
Op voorraden en bestellingen in uitvoering			
Geboekt	9110	428.299	705.917
Teruggenomen	9111	431.562	212.943
Op handelsvorderingen			
Geboekt	9112	220.336	84.539
Teruggenomen	9113	92.598	102.755
Voorzieningen voor risico's en kosten			
Toevoegingen	9115	862.892	9.811.477
Bestedingen en terugnemingen	9116	7.631.884	7.971.164
Andere bedrijfskosten			
Bedrijfsbelastingen en -taksen	640	1.709.651	1.641.366
Andere	641/8	97.361	414.141
Uitzendkrachten en ter beschikking van de ondernemng gestelde personen			
Totaal aantal op de afsluitingsdatum	9096	59	48
Gemiddeld aantal berekend in voltijdse equivalenten	9097	74	96
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	9098	147.199	190.273
Kosten voor de onderneming	617	4.394.587	5.335.111

VOL 5.11 FINACIËLE EN UITZONDERLIJKE RESULTATEN			
FINACIËLE RESULTATEN	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Andere financiële opbrengsten			
Door de overheid toegekende subsidies, aangerekend op de resultatenrekening			
Kapitaalsubsidies	9125	133.143	174.852
Waardeverminderingen op vlottende activa			
Geboekt	6510	45.000	
Uitsplitsing van de overige financiële kosten			
Overige kosten		522.041	76.315
Verwijlinteressen		23	258
Kosten omrekening vreemde valuta		39.982	44.495

VOL 5.12 BELASTINGEN EN TAKSEN			
BELASTINGEN OP HET RESULTAAT	CODES	BOEKJAAR	
Belastingen op het resultaat van het boekjaar	9134	27.600	
Verschuldigde of betaalde belastingen en voorheffingen	9135	27.600	
BELASTINGEN OP DE TOEGEVOEGDE WAARDE EN BELASTINGEN TEN LASTE VAN DERDEN		BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
In rekening gebrachte belasting op de toegevoegde waarde			
Aan de onderneming (aftrekbaar)	9145	34.400.674	34.658.398
Door de onderneming	9146	34.890.375	35.204.687
Ingehouden bedragen ten laste van derden als			
Bedrijfsvoorheffing	9147	40.889.663	42.388.040
Roerende voorheffing	9148	47.311	53.533

VOL 5.13 NIET IN DE BALANS OPGENOMEN RECHTEN EN VERPLICHTINGEN		
BELANGRIJKE VERPLICHTINGEN TOT AANKOOP VAN VASTE ACTIVA	CODES	BOEKJAAR
Uitstaande verplichtingen per 31 december 2015		4.904.485
TERMIJNVERRICHTINGEN		
Gekochte (te ontvangen) deviezen	9215	7.822.005
BELANGRIJKE HANGENDE GESCHILLEN EN ANDERE BELANGRIJKE VERPLICHTINGEN		
Andere belangrijke verplichtingen:		
Andere diensten : 51.114.507,30 euro		

VOL 5.14 BETREKKINGEN MET VERBONDEN ONDERNEMINGEN EN MET ONDERNEMINGEN WAARMEE EEN DEELNEMINGSVERHOUDING BESTAAT			
VERBONDEN ONDERNEMINGEN	CODES	BOEKJAAR	VORIG BOEKJAAR
Financiële vaste activa	(280/1)	13.567.336	13.567.336
Deelnemingen	(280)	13.567.336	13.567.336
Vorderingen op verbonden ondernemingen	9291	25.404.486	22.072.234
Op hoogstens één jaar	9311	25.404.486	22.072.234
Schulden	9351	77.895	91.504
Op hoogstens één jaar	9371	77.895	91.504
Financiële resultaten			
Opbrengsten uit financiële vaste activa	9421	2.100.000	2.550.000

VOL 5.15 FINANCIËLE BETREKKINGEN MET		
BESTUURDERS EN ZAAKVOERDERS, NATUURLIJKE OF RECHTSPERSONEN DIE DE ONDERNEMING RECHTSTREEKS OF ONRECHTSTREEKS CONTROLLEREN ZONDER VERBONDEN ONDERNEMINGEN TE ZIJN, OF ANDERE ONDERNEMINGEN DIE DOOR DEZE PERSONEN RECHTSTREEKS OF ONRECHTSTREEKS GECONTROLEERD WORDEN	CODES	BOEKJAAR
Rechtstreekse en onrechtstreekse bezoldigingen en ten laste van de resultatenrekening toegekende pensioenen, voor zover deze vermelding niet uitsluitend of hoofdzakelijk betrekking heeft op de toestand van een enkel identificeerbaar persoon.		
Aan bestuurders en zaakvoerders	9503	149.380
DE COMMISSARIS(SEN) EN DE PERSONEN MET WIE HIJ (ZIJ) VERBONDEN IS (ZIJN)		
Bezoldiging van de commissaris(sen)	9505	72.500
Bezoldiging voor uitzonderlijke werkzaamheden of bijzondere opdrachten uitgevoerd binnen de vennootschap door de commissaris(sen)		
Andere controleopdrachten	95061	5.000

VOL 5.17.1 VERKLARING BETREFFENDE DE GECONSOLIDEERDE JAARREKENING	
Inlichtingen te verstrekken door elke onderneming die onderworpen is aan de bepalingen van het wetboek van vennootschappen inzake de geconsolideerde jaarrekening	
De onderneming heeft een geconsolideerde jaarrekening en een geconsolideerd jaarverslag opgesteld en openbaar gemaakt.	

VOL 5.17.2 FINANCIËLE BETREKKINGEN VAN DE GROEP WAARVAN DE ONDERNEMING AAN HET HOOFD STAAT IN BELGIE MET DE COMMISSARIS(SEN) EN DE PERSONEN MET WIE HIJ (ZIJ) VERBONDEN IS (ZIJN)		
	CODES	BOEKJAAR
Vermeldingen in toepassing van het artikel 134, paragrafen 4 en 5 van het Wetboek van vennootschappen		
Bezoldiging van de commissaris(sen) voor de uitoefening van een mandaat van commissaris op het niveau van de groep waarvan de vennootschap die de informatie publiceert aan het hoofd staat	9507	99.650,00

VOL 6 SOCIALE BALANS				
STAAT VAN DE TEWERKGESTELDE PERSONEN WERKNEMERS DIE INGESCHREVEN ZIJN IN HET PERSONEELSREGISTER				
TIJDENS HET BOEKJAAR	CODES	TOTAAL	1. MANNEN	2. VROUWEN
Gemiddeld aantal werknemers				
Voltijds	1001	1.835,4	1.218,6	616,8
Deeltijds	1002	541,8	240,0	301,8
Totaal in voltijds equivalenten (VTE)	1003	2.226,7	1.395,6	831,1
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren				
Voltijds	1011	2.848.272	1.940.448	907.824
Deeltijds	1012	826.341	382.172	444.169
Totaal	1013	3.674.613	2.322.620	1.351.993
Personeelskosten				
Voltijds	1021	142.466.897	97.675.304	44.791.592
Deeltijds	1022	41.332.540	19.033.635	22.298.905
Totaal	1023	183.799.437	116.708.939	67.090.498
TIJDENS HET VORIGE BOEKJAAR	CODES	P. TOTAAL	1P. MANNEN	2P. VROUWEN
Gemiddeld aantal werknemers in VTE	1003	2.289	1.426	863
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	1013	4.520.338	2.817.273	1.703.065
Personeelskosten	1023	192.104.232	119.727.798	72.376.434
OP DE AFSLUITINGSDATUM VAN HET BOEKJAAR	CODES	1. VOLTIJDS	2. DEELTIJDS	3. TOTAAL IN VOLTIJDSE EQUIVALENTEN
Aantal werknemers	105	1.999	525	2.379,5
Volgens de aard van de arbeidsovereenkomst				
Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	110	1.933	515	2.308,3
Overeenkomst voor een bepaalde tijd	111	58	5	60,4
Vervangingsovereenkomst	113	8	5	10,8
Volgens het geslacht en het studieniveau				
Mannen	120	1.279	240	1.455,7
lager onderwijs	1200	28	9	33,9
secundair onderwijs	1201	95	8	100,6
hoger niet-universitair onderwijs	1202	271	95	341,9
universitair onderwijs	1203	885	128	979,3
Vrouwen	121	720	285	923,8
lager onderwijs	1210	21	13	29,4
secundair onderwijs	1211	54	23	69,8
hoger niet-universitair onderwijs	1212	139	69	186,9
universitair onderwijs	1213	506	180	637,7
Volgens de beroeps categorie				
Directiepersoneel	130	8		8,0
Bedienden	134	1.970	523	2.349,5
Arbeiders	132	21	2	22,0

UITZENDKRACHTEN EN TER BESCHIKKING VAN DE ONDERNEMING GESTELDE PERSONEN			
Tijdens het boekjaar	Codes	1. Uitzendkrachten	
Gemiddeld aantal tewerkgestelde personen	150	74,4	
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	151	147.199	
Kosten voor de onderneming	152	4.394.587	

TABEL VAN HET PERSONEELSVERLOOP TIJDENS HET BOEKJAAR				
Ingetreden	Codes	1. Voltijds	2. Deeltijds	3. Totaal in voltijdse equivalenten
Aantal werknemers die tijdens het boekjaar in het personeelsregister werden ingeschreven	205	74	7	77,5
Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	210	41	4	43,1
Overeenkomst voor een bepaalde tijd	211	30	3	31,4
Vervangingsovereenkomst	213	3		3,0
Uitgetreden	Codes	1. Voltijds	2. Deeltijds	3. Totaal in voltijdse equivalenten
Aantal werknemers met een DIMONA-verklaring aangegeven of met een in het personeelsregister opgetekende datum waarop hun overeenkomst tijdens het boekjaar een einde nam	305	163	19	174,2
Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	310	137	8	141,9
Overeenkomst voor een bepaalde tijd	311	23	9	27,9
Vervangingsovereenkomst	313	3	2	4,4
Volgens de reden van beëindiging van de overeenkomst				
Pensioen	340	98	5	101,1
Afdanking	342	38	3	39,8
Andere reden	343	27	11	33,3

INLICHTINGEN OVER DE OPLEIDING VOOR DE WERKNEMERS TIJDENS HET BOEKJAAR				
	CODES	MANNEN	CODES	VROUWEN
Totaal van de formele voortgezette beroepsopleidingsinitiatieven voor de werknemers ten laste van de werkgever				
Aantal betrokken werknemers	5801	231	5811	204
Aantal gevolgde opleidingsuren	5802	2.566	5812	2.512
Nettokosten voor de onderneming	5803	133.793	5813	131.004
waarvan brutokosten rechtstreeks verbonden met de opleiding	58031	133.793	58131	131.004
Totaal van de minder formele en informele voortgezette beroepsopleidingsinitiatieven voor de werknemers ten laste van de werkgever				
Aantal betrokken werknemers	5821	151	5831	82
Aantal gevolgde opleidingsuren	5822	612	5832	391
Nettokosten voor de onderneming	5823	31.919	5833	20.391
Totaal van de initiële beroepsopleidingsinitiatieven ten laste van de werkgever				
Aantal betrokken werknemers	5841	15	5851	6
Aantal gevolgde opleidingsuren	5842	120	5852	48
Nettokosten voor de onderneming	5843	6.256	5.853	153.898

VOL.7 SAMENVATTING VAN DE BELANGRIJKSTE WAARDERINGSREGELS

8. IMMATERIËLE VASTE ACTIVA

Computersoftware wordt geactiveerd vanaf 2.500 euro per eenheid. De afschrijvingen (pro rata temporis) gebeuren over een periode van 3 jaar voor de standaard software en over een periode van 5 jaar voor productie gebonden softwareapplicaties. Softwareontwikkelingen in het kader van innovatieprojecten worden onmiddellijk in resultaat genomen. Architect kosten & studies worden geactiveerd vanaf 2.500 euro per eenheid. De afschrijvingen (pro rata temporis) gebeuren over een periode van 3 jaar.

9. MATERIËLE VASTE ACTIVA

Volgende lineaire afschrijvingspercentages (pro rata temporis) worden toegepast:

gronden	0%
gebouwen en zendmasten	3,03%
uitrusting gebouwen	5%
vaste inrichtingen gebouwen	10%
zenders en vaste straalverbindingen	10%
tijdelijke en mobiele straalverbindingen	12,5%
radio en tv -productie-infrastructuur	12,5%
consumerapparatuur radio en televisie	12,5%
productie gebonden informatica-app. 8jr	12,5 %
productie gebonden informatica-app. 5jr	20%
kantoormeubilair en -materieel	10%
informaticamaterieel 3j	33,33%
informaticamaterieel 5j	20%
rollend materiaal	20 %
allerhande materiaal	20%
informatica gebaseerde telecomapparatuur	20%
kunstwerken	0%

In 2013 werd door de Raad van Bestuur beslist om een nieuwbouw te realiseren op de site Reyers. De ingebruikname werd oorspronkelijk voorzien op 1 januari 2020. In de loop van het kalenderjaar 2015 werd deze datum herzien naar 1 januari 2022. Deze geplande nieuwbouw van het omroepcentrum heeft voor de periode 2013-2021 versnelde afschrijvingen tot gevolg. Op basis van de bestaande inventarislijst werd een simulatie gemaakt voor die items die bij de verhuis buiten gebruik zullen worden gesteld. De cumulatief geboekte waardevermindering per 31 december 2015 bedragen 6.150.000 euro

10. FINANCIËLE VASTE ACTIVA

Op 30 april 2015 nam de VRT een participatie van 9,09% in de cvba MediaID. De activa worden gewaardeerd aan aanschaffingsprijs. Er worden waardeverminderingen geboekt indien deze duurzaam worden geacht.

11. VOORRADEN

Grond- en hulpstoffen: omvatten voornamelijk de rechten op films, televisiefilms en sportevenementen (die niet in opdracht van de Omroep geproduceerd werden). Deze worden gewaardeerd aan hun aanschaffingsprijs (contractuele prijs). De rechten op films en televisiefilms worden ten laste van het resultaat genomen bij uitzending. Ingeval ook herhalingsrechten gekocht werden, gebeurt de ten laste neming à rato van 90% bij eerste uitzending en de resterende 10 % bij hun eerste heruitzending. Rechten met betrekking tot sportuitzendingen worden volledig in resultaat genomen bij uitzending.

De aangekochte filmrechten worden in voorraad geactiveerd op het ogenblik van de ingang van de uitzendrechten. De aangekochte sportrechten worden in voorraad opgenomen op het ogenblik dat er een overeenkomst tussen de partijen bestaat. Anderzijds bevatten de grond- en hulpstoffen ook het technische magazijn. Deze worden gewaardeerd aan aanschaffingswaarde volgens het FIFO-principe.

Eigen producties en producties die in opdracht van de Omroep worden geproduceerd, worden opgenomen in de voorraad onder 'goederen in bewerking' en 'gereed product'. De waardering van de programma's onder 'goederen in bewerking' gebeurt deels aan werkelijke kosten. De programma's in 'gereed product' worden gewaardeerd aan standaardkostprijs. Vanaf het boekjaar 2015 waarden we deze voorraad aan de directe productiekosten (stuklijst en routing). De productiegebonden overheadkosten (toeslag) worden vanaf 2015 niet langer geactiveerd, maar direct in kost genomen. De impact op de resultatenrekening 2015 bedraagt 4.123.303,85 euro.

Handelsgoederen omvatten merchandisinggoederen. Deze worden gewaardeerd aan aanschaffingswaarde volgens het FIFO-principe.

Vooruitbetalingen voorraadinkopen omvatten vooruitbetaalde uitzendrechten.

12. VORDERINGEN/LIQUIDE MIDDELEN/ SCHULDEN/OVERLOPENDE REKENINGEN : TEGEN DE NOMINALE WAARDE

Met ingang van het dienstjaar 2008 stuurt de gemeente Schaarbeek ambtshalve aanslagen voor de belasting op de kantoorruimten. De VRT heeft tegen deze aanslagen telkens bezwaar aangetekend. Op 29 mei 2012 heeft de rechtbank van Eerste Aanleg te Brussel de VRT in het gelijk gesteld. De gemeente Schaarbeek heeft hier tegen beroep aangetekend. Een uitspraak wordt verwacht in 2017. De VRT legt hiervoor jaarlijks een voorziening aan die lager is dan de aanslagen, aangezien ook de oppervlakte cijfers betwist worden. De voorziening voor de periode 2008-2015 belooft inmiddels 11.062.700 euro.

Indien er onzekerheid bestaat betreffende de inbaarheid van vorderingen worden de nodige waardeverminderingen geboekt

13. OVERHEIDSFINANCIERING

Het Ministerieel besluit dd. 20 juli 2015, houdende de toekenning van een dotatie voor 2015, vermeldt een bedrag van 275.787.000 euro.

Voor O&I werd een dotatie van 14.000 euro toegekend voor het HD2R-project. Doel van dit project is het opstellen van richtlijnen en het ontwerp van nieuwe instrumenten voor HDR (High Dynamic Range) televisie en digitale cinema.

14. KAPITAALSUBSIDIES

In de overeenkomst Innovatieve Mediaprojecten e-vrt 2002-2006 werd door de Vlaamse Gemeenschap een steun toegekend voor de investeringen in het project Mediadienstenplatform. Een bedrag van 89.410,00 euro werd in opbrengst genomen à rato van de in 2015 geboekte afschrijvingen.

Voor de opdracht O&I 2007-2011 werd een bedrag van 10.374,00 euro in opbrengst genomen à rato van de in 2015 geboekte afschrijvingen.

Voor de opdracht O&I 2012-2015 werd een bedrag van 33.359,00 euro in opbrengst genomen à rato van de in 2015 geboekte afschrijvingen

15. VOORZIENINGEN

Vanaf 2015 is VRT, omwille van besparingen bij de Vlaamse overheid, onderworpen aan een eigen besparingstraject. Eén van de maatregelen om de besparingen te realiseren is een personeelsstructurering, met de bedoeling het personeelscontingent verder te reduceren. In 2014 werden hiervoor de nodige voorzieningen aangelegd. De voorzieningen voor de verplichtingen voortvloeiend uit de uitstroombaatregelen 2015 bedragen per 31 december 2015 6.304.069 euro.

16. PENSIOENVERPLICHTINGEN

Op 25 april 2014 bekrachtigde de Vlaamse Regering het decreet betreffende de rustpensioenen, toegekend aan de vast benoemde personeelsleden van de Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie. Op 18 december 2015 werd uitvoering gegeven aan artikel 29 van het VRT pensioendecreet. Per 18 december 2015 werden zowel de verbintenissen uit het Pensioendecreet door de Vlaamse Gemeenschap overgenomen alsook activa van het PFOS naar de Vlaamse Gemeenschap overgedragen.

17. WISSELKOERSEN

De VRT heeft zich voor de drie voornaamste transactiemunten (USD, GBP en CHF) specifiek ingedekt tegen mogelijke wisselkoersrisico's. De transacties in deze munten werden in de loop van het boekjaar tegen een gemiddelde hedgingkoers geboekt.

18. OMZET

Het begrip omzet wordt gedefinieerd als zijnde de totaliteit van de werkmiddelen die de VRT ontvangt voor de invulling van de haar opgelegde activiteiten in de beheersovereenkomst. Daarom werd sinds het boekjaar 2004 de werkingsdotatie van de Vlaamse Gemeenschap geboekt onder de rubriek 70.

19. NIET IN DE BALANS OPGENOMEN RECHTEN EN VERPLICHTINGEN

Het betreft enerzijds verplichtingen tot aankoop van vaste activa, anderzijds de bestellingen op exploitatierekeningen, waaronder een aantal verplichtingen ingevolge raamovereenkomsten afgesloten met een aantal Vlaamse televisieproductiehuizen.

20. PERSONEELSKOSTEN

Het aantal overgedragen niet opgenomen vakantiedagen bedroeg 19.003 en dit vertegenwoordigt een bedrag van 3.664.438,94 euro. Hiervoor is geen voorziening aangelegd.

21. RESULTAATVERWERKING

Het boekjaar werd afgesloten met een winst van 4.872.357,98 euro.

- > Een bedrag van 5 % (243.617,90 euro) wordt toegevoegd aan de wettelijke reserve.
- > Het positief saldo van de publieke opdracht (6.405.878,12 euro), verminderd met de toevoeging aan de wettelijke reserve en verminderd met het overschot op de afschrijvingen omwille van de geplande verhuys in 2021 (900.000,00 euro) wordt toegevoegd aan het reservefonds voor de financiering van de publieke opdracht (5.262.260,22 euro).
- > Het negatief resultaat van de opdracht O&I (-583.520,14 euro) wordt in mindering gebracht van het reservefonds O&I.
- > Een bedrag van 50.000,00 euro wordt in mindering gebracht van het reservefondsbuitengebruikstelling Omroepcentrum. Dit bedrag is het resultaat van de boeking van een waardevermindering voor het omroepcentrum (950.000,00 euro) en het effect van de geplande nieuwbouw op de afschrijvingen, die hierdoor 900.000,00 euro lager liggen.

Samenvatting van de resultaatverwerking:

Wettelijke reserve	243.617,90 euro
overschot publieke opdracht	5.262.260,22 euro
tekort O&I	-583.520,14 euro
effect versnelde afschrijvingen	-50.000,00 euro
RESULTAAT VAN HET JAAR	4.872.357,98 EURO

VERSLAG VAN DE COMMISSARIS

Verslag van de commissaris aan de algemene vergadering van de Naamloze Vennootschap van publiek recht 'De Vlaamse Radio- en Televisie-omroep' ('VRT') over het boekjaar afgesloten op 31 december 2015

Overeenkomstig de wettelijke en statutaire bepalingen, brengen wij u verslag uit in het kader van ons mandaat van commissaris. Dit verslag omvat ons oordeel over de balans op 31 december 2015, over de resultatenrekening van het boekjaar afgesloten op 31 december 2015 en over de toelichting (alle stukken gezamenlijk "de Jaarrekening") en omvat tevens ons verslag betreffende overige door wet- en regelgeving gestelde eisen.

Verslag over de Jaarrekening - Oordeel zonder voorbehoud

Wij hebben de controle uitgevoerd van de Jaarrekening van 'De Vlaamse Radio- en Televisieomroep' ('VRT') ("de Vennootschap") over het boekjaar afgesloten op 31 december 2015, opgesteld op grond van het in België van toepassing zijnde boekhoudkundig referentiestelsel, met een balanstotaal van € 352.718.444 en waarvan de resultatenrekening afsluit met een winst van het boekjaar van € 4.872.358.

Verantwoordelijkheid van het bestuursorgaan voor het opstellen van de Jaarrekening

Het bestuursorgaan is verantwoordelijk voor het opstellen van de Jaarrekening die een getrouw beeld geeft in overeenstemming met het in België van toepassing zijnde boekhoudkundig referentiestelsel. Deze verantwoordelijkheid omvat: het opzetten, implementeren en in stand houden van een interne controle met betrekking tot het opstellen en de getrouwe weergave van de Jaarrekening die geen afwijkingen van materieel belang als gevolg van fraude of het maken van fouten bevat; het kiezen en toepassen van geschikte waarderingsregels; en het maken van boekhoudkundige schattingen die onder de gegeven omstandigheden redelijk zijn.

Verantwoordelijkheid van de commissaris

Het is onze verantwoordelijkheid een oordeel over deze Jaarrekening tot uitdrukking te brengen op basis van onze controle. Wij hebben onze controle volgens de internationale auditstandaarden ("International Standards on Auditing" – "ISAs") uitgevoerd. Die standaarden vereisen dat wij aan de deontologische vereisten voldoen alsook de controle plannen en uitvoeren teneinde een redelijke mate van zekerheid te verkrijgen dat de Jaarrekening geen afwijkingen van materieel belang bevat.

Een controle omvat werkzaamheden ter verkrijging van controle-informatie over de in de Jaarrekening opgenomen bedragen en toelichtingen. De geselecteerde werkzaamheden zijn afhankelijk van de beoordeling door de commissaris, met inbegrip van diens inschatting van de risico's van een afwijking van materieel belang in de Jaarrekening als gevolg van fraude of van fouten. Bij het maken van die risico-inschatting neemt de commissaris de bestaande interne controle van de Vennootschap in aanmerking die relevant is voor het opstellen door de Vennootschap van de Jaarrekening die een getrouw beeld geeft, ten einde controlewerkzaamheden op te zetten die in de gegeven omstandigheden geschikt zijn, maar die niet gericht zijn op het geven van een oordeel over de effectiviteit van de bestaande interne controle van de Vennootschap. Een controle omvat tevens een evaluatie van de geschiktheid van de gehanteerde waarderingsregels en van de redelijkheid van de door het bestuursorgaan gemaakte schattingen, alsmede een evaluatie van de presentatie van de Jaarrekening als geheel.

Wij hebben van het bestuursorgaan en van de aangestelden van de Vennootschap de voor onze controle vereiste ophelderingen en inlichtingen verkregen en wij zijn van mening dat de door ons verkregen controle-informatie voldoende en geschikt is om daarop ons oordeel te baseren.

Oordeel zonder voorbehoud

Naar ons oordeel geeft de Jaarrekening een getrouw beeld van het vermogen en van de financiële toestand van de Vennootschap per 31 december 2015, alsook van haar resultaten over het boekjaar dat op die datum is afgesloten, in overeenstemming met het in België van toepassing zijnde boekhoudkundig referentiestelsel.

Verslag betreffende overige door wet- en regelgeving gestelde eisen

Het bestuursorgaan is verantwoordelijk voor het opstellen en de inhoud van het jaarverslag over de Jaarrekening, in overeenstemming met artikel 96 van het Wetboek van vennootschappen, evenals het naleven van de wettelijke en bestuursrechtelijke voorschriften die van toepassing zijn op het voeren van de boekhouding, alsook voor het naleven van het Wetboek van vennootschappen en van de statuten van de Vennootschap.

In het kader van ons mandaat en overeenkomstig de van toepassing zijnde bijkomende norm uitgegeven door het Instituut van de Bedrijfsrevisoren, zoals gepubliceerd in het Belgisch Staatsblad op 28 augustus 2013 (de "Bijkomende Norm"), is het onze verantwoordelijkheid om bepaalde procedures uit te voeren aangaande de naleving, in alle van materieel belang zijnde opzichten, van bepaalde wettelijke en reglementaire verplichtingen, zoals gedefinieerd in de Bijkomende Norm. Op grond hiervan, doen wij de volgende bijkomende verklaringen die niet van aard zijn om de draagwijdte van ons oordeel over de Jaarrekening te wijzigen:

- > Het jaarverslag over de Jaarrekening behandelt de door de wet vereiste inlichtingen, stemt overeen met de Jaarrekening en bevat geen van materieel belang zijnde inconsistenties ten aanzien van de informatie waarover wij beschikken in het kader van onze opdracht.
- > Onverminderd formele aspecten van ondergeschikt belang, werd de boekhouding gevoerd overeenkomstig de in België van toepassing zijnde wettelijke en bestuursrechtelijke voorschriften.
- > De resultaatverwerking, die aan de algemene vergadering wordt voorgesteld, stemt overeen met de wettelijke en statutaire bepalingen.
- > Wij dienen u geen verrichtingen of beslissingen mede te delen die in overtreding met de statuten of het Wetboek van vennootschappen zijn gedaan of genomen.

Diegem, 25 maart 2016

Ernst & Young Bedrijfsrevisoren BCVBA
Commissaris
vertegenwoordigd door

Han Wevers
Vennoot*

* Handelend in naam van een BVBA

8.2 TOELICHTING BIJ DE FINANCIËLE RESULTATEN

STATUTAIR RESULTAAT JAARREKENING

De statutaire jaarrekening 2015 sloot af met een overschot van 4,9 miljoen euro.

De omzet is gedaald van 444,2 miljoen euro in 2014 naar 432,4 miljoen euro in 2015, of een daling met 2,7% (-11,8 miljoen euro). Dat was voornamelijk het gevolg van de daling in de dotatie.

De voorraad eigen producties daalde in 2015 met 5,1 miljoen euro. In 2014 was er een voorraadstijging van 0,3 miljoen euro bij de eigen producties.

De andere bedrijfsopbrengsten daalden met 0,8 miljoen euro ten opzichte van 2014. De inkomsten uit de vergoedingen voor thuishokprijen liggen 0,7 miljoen euro lager dan in 2014.

De bedrijfskosten daalden globaal met 37,9 miljoen euro (-8,1 %) ten opzichte van 2014.

- > Het verbruik van sport- en filmrechten uit de voorraad ligt 9,3 miljoen euro lager dan in 2014. Deze daling komt door de grote sportevenementen in de even jaren. Voor 2014 was dit het WK voetbal en de Olympische Winterspelen.
- > De post "diensten en diverse goederen" daalde met 9,1 miljoen euro of -4,2 % ten opzichte van 2014, deze daling is het gevolg van enerzijds de hogere kosten verbonden aan de omkadering voor grote evenementen in 2014 die niet meer voorkwam in 2015 (zoals het WK Voetbal, de Olympische Winterspelen en de Europese, federale en regionale verkiezingen) en anderzijds het uitvoeren van de besparingen.

- > De personeelskosten daalden met 8,3 miljoen euro (-4,3%). De uitgaven daalden omwille van personeelsafslankingen, lagere kosten voor zondagswerk en overuren (door de grote evenementen die in 2014 voorkwamen), en lagere herstructureringskosten.
- > De afschrijvingen en waardeverminderingen op vaste activa lagen 1,9 miljoen euro lager dan vorig jaar. In 2014 werd naar aanleiding van de geplande nieuwbouw, een waardevermindering van 1,8 miljoen euro geboekt voor de financiering van de versnelde afschrijvingen bij de buitengebruikstelling van het huidige omroepcentrum. In 2015 bedroeg deze waardevermindering 950.000 euro. De waardevermindering geboekt in 2015 ligt lager dan in 2014 omdat de geplande verhuizing naar de nieuwbouw met 1 jaar is uitgesteld. Daarnaast wordt door de geplande verhuizing minder geïnvesteerd in de huidige faciliteiten.
- > De waardeverminderingen op voorraden, bestellingen in uitvoering en handelsvorderingen daalden met 0,3 miljoen euro.
- > De kosten van de voorzieningen daalden met 8,6 miljoen euro. In de voorbije jaren werden in het kader van opeenvolgende geplande personeelsafslankingen provisies aangelegd voor de financiering van de herstructureringskosten. In 2015 werden daarentegen geen nieuwe provisies aangelegd voor toekomstige herstructureringen.
- > De andere bedrijfskosten daalden met 0,2 miljoen euro.

KASSTROOMTABEL

KASSTROOMTABEL 2015 (IN 1.000 EURO)	2015	2014
BEDRIJFSRESULTAAT	2.812	-16.975
Kapitaalsubsidie	-133	-119
Niet kasstromen	12.856	23.950
Bewegingen voorraden, vorderingen, schulden	14.414	16.219
NETTO OPERATIONELE CASHFLOW	29.949	23.075
FINANCIERINGSTABEL		
NETTO OPERATIONELE CASHFLOW	29.949	23.075
Verbonden ondernemingen	2.293	2.550
Netto cashflow uit financieringsactiviteiten	-11.884	-2.954
Netto cashflow uit investeringen	-13.376	-18.816
KASBEWEGINGEN IN HET BOEKJAAR	6.982	3.855

In 2015 bedroeg de netto bedrijfskasstroom of operationele cashflow 29,9 miljoen euro.

De investeringsuitgaven bedroegen 13,4 miljoen euro. De belangrijkste investeringen waren de vernieuwingen van de productie-infrastructuur zoals de HD03-regiewagen en de vernieuwing van de eindregie, HD-projecten, besturingssystemen en investeringen in de digitale omgeving. De cashflow uit verbonden ondernemingen had betrekking op de uitkering van dividenden door VAR en Belga. De

cash-flow uit financieringsactiviteiten had vooral te maken met de CFO-positie, die in 2014 nog negatief was voor 11,5 miljoen euro omdat een belangrijk deel van de dotatie nog niet ontvangen was op 31 december 2014. In 2015 is het bedrag aan nog te ontvangen dotatie gedaald, waardoor de CFO-positie opnieuw positief werd.

Per saldo was de kaspositie ten opzichte van 2014 gestegen met 7 miljoen euro.

UITVOERING BUDGET

1. FINANCIËEL PLAN 2015

Het financieel plan is opgesteld conform de aanrekeningregels van de bedrijfseconomische resultatenrekening.

In vergelijking met het budget lagen de totale opbrengsten 6,0 miljoen euro lager. De subsidies lagen 4,7 miljoen euro lager dan gebudgetteerd. De eigen opbrengsten lagen 1,3 miljoen euro lager dan was gepland. Enerzijds waren er overschotten bij de distributie-inkomsten, de inkomsten uit boodschappen van algemeen nut en de inkomsten uit commerciële communicatie. Anderzijds lagen de inkomsten uit de exploitatie van afgeleiden, ruilen en andere inkomsten lager dan voorzien.

In de beheersovereenkomst was voor 2015 een

maximumgrens van 70,6 miljoen euro voorzien voor de inkomsten uit boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie. In werkelijkheid werden er 75,3 miljoen euro ontvangsten geboekt, zodat de grens met 4,7 miljoen euro overschreden werd.

Binnen de grens van boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie was er nog een tweede grens van 17,0 miljoen euro voor de televisiesponsoring en sponsoring van de niet-uitgezonden evenementen. De reële ontvangsten daarvan lagen 0,6 miljoen euro boven de grens.

De totale kosten bedroegen 436,4 miljoen euro in 2015. In vergelijking met het budget lagen de werkelijke kosten 8,4 miljoen euro lager dan gepland. Dat komt door de overschotten op het personeelsbudget en op het herstructureringsbudget.

De kosten voor de publieke opdracht bedroegen 433,0 miljoen euro. Voor de toegevoegde opdracht

Onderzoek & Innovatie werden nog 1,3 miljoen euro kosten geboekt. De personeelskosten voor het Brussels Philharmonic bedroegen 1,1 miljoen euro. Tenslotte werden 1,0 miljoen euro waardeverminderingen geboekt voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum in het kader van de toekomstige verhuizing.

In het budget was een bedrijfseconomisch overschot van 2,5 miljoen euro voorzien. In de werke-

lijkheid sloot de VRT 2015 af met een overschot van 4,9 miljoen euro. Indien abstractie wordt gemaakt van de waardevermindering voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum en het tekort bij Onderzoek & Innovatie, dan sluit de VRT het jaar af met een winst van 5,5 miljoen euro ten opzichte van een budget van 5 miljoen euro, of 0,5 miljoen euro beter dan voorzien.

UITVOERING BUDGET (IN 1.000 EURO)

	BUDGET	WERKELIJK	RESULTAAT TOV BUDGET
	2015	2015	2015
OPBRENGSTEN			
Subsidies			
Inhoudelijke publieke opdracht	280.003	275.257	-4.746
Toegevoegde opdracht Onderzoek & Innovatie	520	533	13
Dotatie Brussels Philharmonic	1.304	1.095	-209
Andere subsidies Onderzoek & Innovatie		194	194
Subtotaal Subsidies	281.827	277.080	-4.747
Distributie-inkomsten	30.798	33.443	2.645
Inkomsten uit boodschappen van algemeen nut	9.100	9.771	671
Inkomsten uit commerciële communicatie	61.606	65.547	3.941
Inkomsten uit exploitatie afgeleiden	8.357	6.599	-1.758
Inkomsten uit andere commerciële exploitaties	1.590	1.599	9
Andere inkomsten	12.794	9.807	-2.987
Ruilen	41.205	37.386	-3.819
Subtotaal Eigen inkomsten	165.450	164.153	-1.298
TOTAAL OPBRENGSTEN	447.277	441.232	-6.045
KOSTEN			
Inhoudelijke publieke opdracht	439.524	433.003	6.521
Toegevoegde opdracht Onderzoek & Innovatie	1.170	1.311	-141
Kosten Brussels Philharmonic	1.304	1.095	209
Huisvesting	2.766	950	1.816
TOTAAL KOSTEN	444.764	436.360	8.404
BEDRIJFSECONOMISCH RESULTAAT	2.513	4.872	2.359
Aanwending reserve Onderzoek & Innovatie	-650	-584	66
Aanwending reserve Buitengebruikstelling omroepcentrum (*)	-1.866	-50	1.816
RESULTAAT VOLGENS BHO NA RESULTAATVERWERKING	5.029	5.506	477

(*) De geboekte waardevermindering op het Omroepcentrum in het kader van de nieuwbouw bedroeg 950.000 euro. De Beheersovereenkomst 2012-2016 maakt abstractie van de extra kosten in verband met de nieuwe huisvesting. Als vergeleken wordt met het resultaat van de Beheersovereenkomst, dan moet de aanwending van de reserve voor de buitengebruikstelling van het Omroepcentrum uit het resultaat gehaald worden. De waardevermindering van 950.000 euro werd voor 900.000 gefinancierd door de lagere afschrijvingen bij de publieke opdracht omwille van de geplande nieuwbouw (cfr. Ondernemingsplan 2015). De resterende 50.000 euro werd gefinancierd door een extra afname van het reservefonds voor de Buitengebruikstelling Omroepcentrum.

2. RESULTAAT 2015

DEELRESULTATEN 2015 (IN 1.000 EURO)						
DEELRESULTATEN - WERKELIJK 2015	Publieke opdracht VRT	Line Extensions	Onderzoek & Innovatie	Brussels Philharmonic	Buitengebruikstelling Omroepcentrum	Totaal VRT
Statutair resultaat	5.663	743	-584	0	-950	4.872
RESULTAATVERWERKING						
Toevoeging (-) Wettelijke reserve	-244					-244
Toevoeging (-) Reserve Publieke Opdracht	-5.419	-743				-6.162
Onttrekking (+) Reserve Onderzoek & Innovatie			584			584
Onttrekking (+) Reserve Buitengebruikstelling					950	950
RESULTAAT	-5.663	-743	584	0	950	-4.872

Het jaar 2015 sluit voor de publieke opdracht af met een overschot van 5,7 miljoen euro. Voor de activiteiten van Line Extensions was er een overschot van 0,7 miljoen euro gerealiseerd. In de beheersovereenkomst was voorzien dat de winst van de commerciële activiteiten dient ter financiering van de publieke opdracht. Per saldo werd in 2015 een overschot van 6,2 miljoen euro toegevoegd aan de beschikbare reserve voor de publieke opdracht en 0,2 miljoen euro aan de wettelijke reserve.

Onderzoek & Innovatie sloot het boekjaar 2015 af met een tekort van 0,6 miljoen euro. Dat tekort werd bij de resultaatverwerking onttrokken aan de afzonderlijke reserve voor Onderzoek & Innovatie.

De kosten voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum werden aangezuiverd vanuit een afzonderlijke reserve die hiervoor in 2013 werd aangelegd.

3. STAND VAN DE BESCHIKBARE RESERVES

(in 1.000 euro)

	STAND RESERVE 31/12/2014	OVERHEVELING BUITENGEBRUIKSTELLING OMROEPCENTRUM	RESULTAAT 2015	STAND RESERVE 31/12/2015
Wettelijke reserve	1.140		244	1.384
Reserve Publieke opdracht	16.563	-900	6.162	21.825
Reserve Onderzoek & Innovatie	1.184		-584	600
Reserve Buitengebruikstelling Omroepcentrum	7.860	900	-950	7.810
TOTAAL	26.747	0	4.872	31.619

Bij de aanvang van het boekjaar 2015 bedroegen de beschikbare reserves 25,6 miljoen euro en de wettelijke reserve 1,1 miljoen euro.

> In het kader van de verhuizing naar de geplande nieuwbouw worden jaarlijks waardeverminderingen voor de financiering van de versnelde afschrijvingen voor het omroepcentrum geboekt. Deze waardeverminderingen worden deels aangezuiverd via een afzonderlijke reserve aangelegd in 2013, en deels door het vrijkomen van budgetten voor de reguliere afschrijvingen bij de publieke opdracht (minder reguliere investeringen). In 2015 lagen de afschrijvingen van het Omroepcentrum 0,9 miljoen euro onder het regulier niveau, en dit bedrag werd overgeheveld vanuit de publieke opdracht naar de afzonderlijke reserve voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum. De

geboekte waardevermindering van 950.000 euro werd vervolgens door deze reserve gefinancierd, zodat de stand van deze nieuwe reserve na resultaatverwerking 7,8 miljoen euro bedraagt.

> De stand van de reserve voor de publieke opdracht bedroeg na overheveling van 0,9 miljoen euro naar de afzonderlijke reserve voor de buitengebruikstelling van het omroepcentrum, en na de resultaatverwerking van 2015 21,8 miljoen euro.

> Voor Onderzoek & Innovatie werd in 2015 0,6 miljoen euro onttrokken aan de reserve, zodat de reserve voor Onderzoek & Innovatie eind 2015 0,6 miljoen euro bedroeg.

> Aan de wettelijke reserve werd in 2015 0,2 miljoen euro toegevoegd zodat het saldo eind 2015 1,4 miljoen euro bedroeg.

8.3 ANALYSE VAN DE OPBRENGSTEN EN KOSTEN

1. TRANSPARANTIEVERKLARING

De VRT voert voor de Vlaamse Gemeenschap de openbare omroepopdracht uit. Zij krijgt hiervoor krachtens de beheersovereenkomst een basisenveloppe aan financiële middelen. De VRT wil over de bestedingen van deze overheidsmiddelen, de uitvoering van haar opdracht en de realisatie van de performantiemaatstaven zo transparant mogelijk zijn.

De VRT geeft met de publicatie van de financiële informatie in dit jaarverslag de informatie vrij die ze kan en mag bekendmaken. Het verstrekken van nog meer gedetailleerde gegevens is niet opportuun omdat zij vertrouwelijke of bedrijfsgevoelige informatie publiek zou moeten maken. De VRT werkt immers in een sterk concurrentiële markt. Daartegenover staat evenwel dat het VRT-management door tal van organen gecontroleerd wordt en dit op verschillende niveaus. Deze controleorganen brengen verslag uit over hun bevindingen aan de Raad van Bestuur, de Vlaamse regering en het Vlaams parlement. Het VRT-management geeft aan elk controleorgaan de meest ruime informatie nodig voor het uitvoeren van het toezicht. De leidende principes van het toezicht zijn vastgelegd in het Charter van Deugdelijk Bestuur van VRT. Vertrouwelijke en bedrijfsgevoelige documenten en informatie kunnen worden opgevraagd door het Rekenhof, de Gemeenschapsafgevaardigde, het Auditcomité, Audit Vlaanderen en de Commissaris-revisor.

De transparantie situeert zich op twee domeinen:

1. De VRT wil via haar analytische boekhouding publieke verantwoording afleggen over de ter beschikking gestelde middelen en hun bestedingen.
 - 1) De opbrengsten worden gerapporteerd volgens het kader van merchandising en nevenactiviteiten, goedgekeurd door de Raad van Bestuur. De opbrengsten worden daarbij verdeeld in acht pijlers, conform de indeling in de beheersovereenkomst 2012-2016.

- 2) De kosten worden in eerste instantie ingedeeld naargelang ze betrekking hebben op programma-output, Onderzoek en Innovatie, ondersteunende diensten of Line Extensions.
 - De kosten van de programma-output worden onderverdeeld volgens de mediabelevingen voorzien in de beheersovereenkomst: de radionetten, de televisienetten, en de internet- en mobiele toepassingen.
 - De kosten van Onderzoek en Innovatie, Line Extensions en de kosten van de ondersteunende directies worden afzonderlijk gerapporteerd.
 - Er wordt voor het uitzendschema informatie verschaft over de kosten per media-gebruiker en over de productiekosten per uitzenduur en per productiewijze.
 - 3) Tenslotte wordt additionele informatie verschaft over 'Onderzoek en Innovatie' en over de voorraden (sport- en filmrechten en eigen producties).
2. De VRT rapporteert in een afzonderlijk hoofdstuk (zie p. 150) over het resultaat van de commerciële activiteiten.

Deze rapportering wordt opgelegd door de transparantierichtlijn van de Europese Commissie. De richtlijn heeft als algemene principes dat de overheid de uitvoering van de publieke opdracht niet mag over-subsidiëren en dat kruissubsidiëring van de middelen voor de publieke opdracht naar de commerciële activiteiten toe niet mag.

2. OPBRENGSTEN

1. ANALYTISCHE VERDELING OPBRENGSTEN – TOTAAL

FINANCIERINGSPIJLERS VRT (IN MIO EURO)				
	2015		2014	
1. Overheidsfinanciering	277,1	62,8%	290,7	64,0%
2. Distributie-inkomsten	33,4	7,6%	27,6	6,1%
3. Boodschappen van algemeen nut	9,8	2,2%	9,8	2,2%
4. Commerciële Communicatie	65,5	14,8%	65,6	14,4%
5. Exploitatie van afgeleiden	6,6	1,5%	8,0	1,8%
6. Andere commerciële exploitatie	1,6	0,4%	2,2	0,5%
7. Andere inkomsten	9,8	2,2%	12,5	2,7%
8. Ruilen	37,4	8,5%	38,0	8,3%
TOTAAL	441,2	100,0%	454,4	100,0%

De opbrengsten van de openbare omroepopdracht worden vanaf de Beheersovereenkomst 2012-2016 gerapporteerd volgens acht financieringspijlars.

Het aandeel van de *overheidsfinanciering* in de totale financiering kende een daling van 64,0% in 2014

naar 62,8% in 2015. In absolute bedragen daalde de overheidsfinanciering met 13,6 miljoen euro. Het aandeel van de eigen inkomsten (pijlars 2 t.e.m. 8) bedroeg 37,2% in 2015. In 2014 lag dit aandeel op 36,0%, of 1,2% lager. De belangrijkste pijler binnen de eigen opbrengsten is de *commerciële communicatie*.

2. PIJLER 1: OVERHEIDSFINANCIERING

OVERHEIDSFINANCIERING VRT (IN MIO EURO)				
	2015		2014	
Basisdotatie	280,0	101,0%	290,9	100,1%
Begrenzing commerciële communicatie en BAN	-4,7	-1,6%	-4,8	-1,6%
Dotatie Onderzoek & Innovatie	0,5	0,2%	3,0	1,0%
Dotatie Brussels Philharmonic	1,1	0,4%	1,3	0,4%
Kapitaalsubsidies	0,1	0,0%	0,2	0,1%
Overige subsidies	0,1	0,0%	0,1	0,0%
TOTAAL	277,1	100,0%	290,7	100,0%

In 2015 bedroeg de basisdotatie 280,0 miljoen euro, of 10,9 miljoen euro minder dan in 2014:

- > De VRT was vanaf 2015 onderworpen aan een nieuw besparingstraject. Voor 2015 betekende dat een inlevering van 15 miljoen euro van de overheidsdotatie.
- > Volgens de bepalingen van de beheersovereenkomst wordt het werkingsaandeel van de dotatie jaarlijks verhoogd met de gezondheidsindex. Voor 2015 heeft de Vlaamse Overheid beslist de indexverhoging te schrappen.
- > In 2015 werden de vergrijzingskosten voor de jaren 2013 tot 2015 toegevoegd aan de dotatie. Deze compensatie van 4,2 miljoen euro werd gefinancierd

uit het excedent (overschrijding van de maximumgrens voor BAN en commerciële communicatie) van 2014, en is niet recurrent.

In 2015 werd de maximumgrens voor BAN en commerciële communicatie met 4,7 miljoen euro overschreden. Dit bedrag wordt in mindering gebracht van de overheidsfinanciering.

De in 2015 ontvangen dotatie voor Onderzoek & Innovatie heeft betrekking op de afrekening van 2014, namelijk 20%¹⁰⁶ van de in de beheersovereenkomst voorziene dotatie voor het werkingsjaar 2014. Omwille

¹⁰⁶ Conform de Overeenkomst Onderzoek & Innovatie

van besparingsredenen bij de Vlaamse Overheid werd de dotatie voor Onderzoek & Innovatie vanaf 2015 geschrapt.

De dotatie Brussels Philharmonic is bedoeld voor de financiering van de kosten van de statutaire medewerkers van het Brussels Philharmonic. Deze ontvangst is neutraal omdat er een gelijk bedrag aan kosten tegenover staat.

De kapitaalsubsidies omvatten dotaties uit vorige

jaren voor het mediadienstenplatform, het voormalige Medialab en de toegevoegde opdracht Onderzoek & Innovatie die à rato van de afschrijvingen in opbrengst worden genomen.

De 'overige subsidies' zijn gebaseerd op een subsidiebesluit van een overheidsinstantie. Voor 2015 gaat het om Europese subsidies voor onderzoeksprojecten bij Onderzoek & Innovatie. Andere samenwerkingsvormen met overheden worden gerapporteerd onder institutionele financiering in pijler 7.

3. PIJLER 2: DISTRIBUTIE-INKOMSTEN

DISTRIBUTIE-INKOMSTEN (IN MIO EURO)				
	2015		2014	
Distributiecontracten	32,5	97,3%	26,3	95,1%
Net Gemist	0,6	1,8%	0,8	2,9%
SMS, betaallijnen en apps	0,3	0,9%	0,5	2,0%
TOTAAL	33,4	100,0%	27,6	100,0%

De inkomsten uit distributieovereenkomsten stegen in 2015 met 6,2 miljoen euro ten opzichte van 2014, en dit meer specifiek bij de inkomsten uit contracten met Belgische distributeurs.

De inkomsten voor Net Gemist, SMS, betaallijnen en apps voor de publieke opdracht zijn gedaald ten opzichte van 2014.

4. PIJLERS 3 EN 4: BOODSCHAPPEN VAN ALGEMEEN NUT EN COMMERCIËLE COMMUNICATIE

BAN EN COMMERCIËLE COMMUNICATIE (IN MIO EURO)				
	2015		2014	
Boodschappen van algemeen nut	9,8		9,8	
Totaal 3. BAN	9,8		9,8	
Radioreclame	42,8	65,4%	43,0	65,6%
Sponsoring Radio	1,7	2,6%	1,9	2,9%
Sponsoring TV	14,3	21,8%	15,0	22,9%
Sponsoring niet-uitgezonden evenementen	3,3	5,0%	2,8	4,2%
Reclame op internet en mobiele platformen	2,7	4,1%	2,0	3,0%
Financiële Productplaatsing	0,7	1,1%	0,9	1,4%
Totaal 4. Commerciële communicatie	65,5	100,0%	65,6	100,0%
TOTAAL	75,3		75,4	

Globaal gezien liggen de totale inkomsten uit boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie ongeveer op het niveau van 2014.

De boodschappen van algemeen nut liggen in 2015 even hoog als in 2014.

Na de stijging in 2014, stagneerden de inkomsten uit radioreclame in 2015. Per radionet zijn deze de volgende:

OPBRENGSTEN UIT RADIORECLAME PER NET (IN MIO EURO)				
	2015		2014	
MNM	10,0	23,4%	9,6	22,3%
Radio 1	6,3	14,8%	6,6	15,4%
Radio 2	9,2	21,4%	9,5	22,0%
Studio Brussel	17,3	40,4%	17,3	40,3%
TOTAAL	42,8	100,0%	43,0	100,0%

Er is een lichte stijging van de opbrengsten uit radioreclame bij MNM (+0,4 miljoen euro ten opzichte van 2014), terwijl er lichte dalingen zijn bij Radio 1 en Radio 2.

Wat de sponsoring betreft, daalden zowel de radio-sponsoring (-0,2 miljoen euro) als de televisiesponsoring (-0,7 miljoen euro) ten opzichte van 2014. De ontvangsten uit sponsoring van niet uitgezonden evenementen steeg met 0,5 miljoen euro.

De inkomsten uit de commercialisering van websites en mobiele platformen brachten in 2015 0,7 miljoen euro meer op dan het jaar voordien. De financiële productplaatsing daalde met 0,2 miljoen euro.

De ontvangsten uit boodschappen van algemeen nut en commerciële communicatie bedroegen samen 75,3 miljoen euro in 2015. Volgens de bepalingen in de Beheersovereenkomst 2012-2016 werden deze inkomsten voor 2015 begrensd tot maximaal 70,6 miljoen euro. Het excedent bedraagt dus 4,7 miljoen euro.

5. PIJLER 5: EXPLOITATIE VAN AFGELEIDEN

EXPLOITATIE VAN AFGELEIDEN (IN MIO EURO)				
	2015		2014	
Evenementen	1,1	16,4%	2,1	26,3%
Merchandising	2,9	43,4%	4,0	50,4%
Ooit Gemist en andere VOD-exploitaties (Video On Demand)	2,6	40,2%	1,9	23,3%
TOTAAL	6,6	100,0%	8,0	100,0%

De opbrengsten uit de exploitatie van afgeleiden daalden met 1,4 miljoen euro in vergelijking met 2014.

Bij evenementen was er een daling van de inkomsten met 1,0 miljoen euro, een belangrijk deel van de inkomsten uit de eerste film van FC De Kampioenen werd in 2014 gegenereerd alsook die van de tentoonstelling '60 jaar Televisie'. Daarnaast waren de opbrengsten van de 'cruisereis met Eén en Radio 2' in 2014 hoger.

De divisie Merchandising bewoog zich in een bijzonder moeilijke markt en er was dan ook een daling van 1,1 miljoen euro ten opzichte van 2014.

De dalende verkoop van de Dagelijkse kost- en de Kaatje-boeken, de dalende markt voor de CD-verkoop, het uitstellen van een aantal CD-releases en het ontbreken van DVD-acties zoals de jaren voordien, zorgde voor een daling van de omzet.

De inkomsten uit Ooit Gemist en andere VOD-exploitaties (Video On Demand) stegen met 0,7 miljoen euro ten opzichte van 2014.

6. PIJLER 6: ANDERE COMMERCIEËLE EXPLOITATIE

ANDERE COMMERCIEËLE EXPLOITATIE (IN MIO EURO)				
	2015		2014	
Verkoop van programma's en fragmenten	0,8	49,9%	1,3	60,0%
Teletekst (*)	0,0	0,1%	0,0	0,1%
Dienstverlening	0,8	50,0%	0,9	39,9%
TOTAAL	1,6	100,0%	2,2	100,0%

(*) in 2015 en 2014 21.000 euro

De inkomsten uit verkoop van programma's en fragmenten is ten opzichte van 2014 met 0,5 miljoen euro gedaald.

De inkomsten uit dienstverlening bestonden voornamelijk uit inkomsten uit de transmissiediensten, de verhuring van productiemiddelen, huurgelden en de verkoop van dubbing en ondertiteling. De

inkomsten uit Dienstverlening daalden in 2015 met 0,1 miljoen euro ten opzichte van het voorgaande jaar.

De inkomsten van teletekst zijn vergoedingen voor het plaatsen van informatie op bepaalde VRT teletekstbladzijden. Deze opbrengsten bedroegen in 2015 21.000 euro (evenveel als in 2014).

7. PIJLER 7: ANDERE INKOMSTEN

ANDERE INKOMSTEN (IN MIO EURO)				
	2015		2014	
Dienstverlening aan VAR	0,6	6,5%	0,6	4,8%
Samenwerking rond programma's	2,6	26,9%	4,7	37,6%
Bedrijfsrestaurant	1,2	12,3%	1,2	9,6%
Financiële opbrengsten	2,6	26,1%	3,0	24,0%
Andere bedrijfsopbrengsten	2,8	28,2%	3,0	24,0%
TOTAAL	9,8	100,0%	12,5	100,0%

De *andere inkomsten* daalden globaal met 2,7 miljoen euro. Deze daling wordt voornamelijk verklaard door de lagere inkomsten uit samenwerkingen rond programma's (-2,1 miljoen euro), en lagere financiële inkomsten (-0,4 miljoen euro).

De samenwerkingen rond programma's daalden onder andere wegens het stopzetten van *Vlaanderen Vakantieland* (Eén) in het najaar van 2015. Verder zijn er lagere ontvangsten voor *Dagelijkse Kost* (Eén) en *Groenland* (Eén). In 2014 was er ook nog de eenmalige samenwerking voor het Canvas-programma *Arm en rijk*.

VAR keerde minder dividenden uit in 2015 dan in 2014 (2,1 miljoen euro in 2015 ten opzichte van 2,6 miljoen euro in 2014). Binnen de *financiële opbrengsten* was dat de grootste opbrengstsoort.

De post *andere bedrijfsopbrengsten* omvat onder andere de meerwaarde op de verkoop van activa, de gerecupereerde kosten, de tussenkomsten van verzekeringen, de vergoeding voor thuiskopies en de geleide bezoeken.

8. PIJLER 8: RUILEN

RUILEN (IN MIO EURO)				
	2015		2014	
Mediaruil (*)	11,0	29,5%	11,3	29,6%
Facilitaire toelevering	4,6	12,2%	3,6	9,6%
Productplaatsing in natura en aftiteling	2,8	7,4%	3,2	8,4%
Andere ruil:				
TV	2,3	6,3%	2,2	5,8%
Radio	14,9	39,8%	15,3	40,4%
Webruimte	1,8	4,8%	2,4	6,2%
TOTAAL	37,4	100,0%	38,0	100,0%

(*) inclusief Line Extensions mediaruil

De ruilopbrengsten daalden met 0,6 miljoen euro, maar dat had geen effect op het resultaat vermits de ruilkosten met hetzelfde bedrag waren gedaald.

De contracten *mediaruil* zijn overeenkomsten van de VRT met andere mediagroepen met het oog op wederzijdse vermeldingen in elkaars media. Deze ruil is in 2015 gedaald met 0,3 miljoen euro ten opzichte van 2014.

Bij de *facilitaire toelevering* levert de VRT prestaties aan externe productiehuisen in het kader van productieovereenkomsten. De waarde van de onderaanneming wordt mee opgenomen in de waarde van de uitzendrechten. In 2015 is deze ruil met 1,0 miljoen euro gestegen tot 4,6 miljoen euro. Oorzaak van deze stijging is dat er in 2015 enkele nieuwe programma's waren met facilitaire toelevering, zoals *Quiz van het jaar* (Eén), *Hallo televisie* (Eén), *De schuur van Scheire* (Eén), *Siska & Bart* (Eén) en *Pop Up Live* (Eén).

Bij de *productplaatsing in natura en aftiteling* levert de adverteerder goederen en diensten, waaronder prijzen, en in ruil geeft de VRT visibiliteit en/of aftiteling in het programma. De ruilen met betrekking tot de productplaatsing in natura en aftiteling daalden in 2015 met 0,4 miljoen euro.

Bij de *andere ruilen* worden spotjes of promotie-aankondigingen via een VRT-kanaal geruild voor onder andere visibiliteit van de VRT-netten in de promotiecampagne van de organisator, gratis tickets, aanwezigheid van de VRT op evenementen (muziek, theater, beeldende kunst, film), levering van diensten voor een VRT-productie, uitzendrechten, enzovoort.

De totale inkomsten van de *andere ruilen* bedroegen 19,0 miljoen euro (een daling met 0,9 miljoen euro ten opzichte van 2014).

9. ADDITIONELE INFORMATIE

In dit jaarverslag wordt afzonderlijk gerapporteerd over institutionele financiering en productplaatsing. De opbrengsten hiervan zitten verspreid onder verschillende pijlers en kunnen dus niet recht-

streeks afgeleid worden uit de voorgaande rapporteringen, daarom is er voor geopteerd om deze afzonderlijk te vermelden.

INSTITUTIONELE FINANCIERING

INSTITUTIONELE FINANCIERING (IN MIO EURO)		
	2015	2014
Institutionele financiering via eigen programma's VRT	1,7	3,3
Institutionele financiering via externe productiehuizen	0,5	1,1
TOTAAL	2,2	4,4

Onder *institutionele financiering* wordt verstaan de financiering van bepaalde programma's door overheidsinstellingen of aanverwante instellingen rond een thema of locatie. Hieronder vallen onder andere de toeristische federaties, steden, gemeentes, provincies en de Nationale Loterij.

De institutionele financiering via eigen programma's VRT bedroeg 1,7 miljoen euro in 2015, en daalde met 1,6 miljoen euro t.o.v. 2014.

De voornaamste bronnen van institutionele financiering via eigen programma's zijn de samenwerking met de VLAM voor *Dagelijkse Kost* (Eén), de tussenkomst van regionale en lokale overheden voor *Vlaanderen Vakantieland* (Eén) in het voorjaar, de tussenkomst van de VLAM voor *Groenland* (Eén) in het voorjaar, de tussenkomst van de stad Antwerpen voor *De intrrede van de Sint* (Ketnet) en de samenwerking met het Koninklijke Maatschappij voor Dierkunde Antwerpen voor *De zoo achter de schermen* (Eén).

De daling met 1,6 miljoen euro t.o.v. 2014 wordt

onder andere verklaard door het stopzetten van *Vlaanderen Vakantieland* (Eén) en *Groenland* (Eén) in het najaar van 2015. Verder was er in 2014 ook nog institutionele financiering van de federale overheidsdiensten voor reportages over Europa in *Terzake* (Canvas) in 2014, de samenwerking met de VPRO voor *Arm en rijk* (Canvas), en de samenwerking met de provincie West-Vlaanderen voor *Lichtfront* (Canvas), die niet voorkwamen in 2015.

De *institutionele financiering* bij externe productiehuizen daalde in 2015 met 0,6 miljoen euro ten opzichte van 2014. In 2014 had de VRT ondermeer voor volgende programma's institutionele financiering, *In Vlaams Velden* (Eén) (Provincie West-Vlaanderen), *Vlaanderen muziekland* (Eén) (Live Entertainment) en *Hotel M* (Eén) (De Mensen). In 2015 was er institutionele financiering via externe productiehuizen voor *Pop up Live* (Eén) (De TV-makers), *Jonge benen* (Eén) (De Chinezen) en *Ketnet wereldkamp 2015* (Geronimo).

PRODUCTPLAATSING

PRODUCTPLAATSING (IN MIO EURO)				
	2015		2014	
Financiële productplaatsing	0,7	20,3%	0,9	22,1%
Productplaatsing in natura en aftiteling (via ruil)	2,8	79,7%	3,2	77,9%
TOTAAL	3,5	100,0%	4,1	100,0%

Onder *productplaatsing* verstaat men het opnemen van een product of dienst in de setting van een televisieprogramma. Dat kan ofwel tegen betaling (financiële productplaatsing) ofwel tegen levering van goederen of diensten waaronder prijzen (ruilcontracten waarbij de VRT in ruil visibiliteit geeft met of zonder aftiteling in het programma).

De ontvangsten uit *financiële productplaatsing* bedroegen 0,7 miljoen euro in 2015. Het gaat hier vooral over de programma's *Dagelijkse kost* (Eén), *Luchthaven 24/7* (Eén) en *Thuis* (Eén). Deze opbrengsten daalden met 0,2 miljoen euro ten opzichte van 2014, voor *Iedereen beroemd* (Eén) was er geen financiële productplaatsing meer in 2015.

De *productplaatsing in natura en aftiteling (via ruil)* bedroeg in 2015 2,8 miljoen euro en omvat ruilovereenkomsten voor onder andere programma's zoals *Blokken* (Eén), *Pop Up Live* (Eén), *We're going to Ibiza* (Eén), *1000 Zonnen* (Eén), *Reizen Waes* (Eén) en *Beroepen zonder grenzen* (Eén). De productplaatsing in natura en aftiteling (via ruil) daalde in 2015 met 0,4 miljoen euro ten opzichte van 2014. Deze daling was onder andere het gevolg van het stoppen van *Vlaanderen Vakantieland* (Eén) en de hosting (omroepsters in beeld op Eén) in de loop van 2015.

3. KOSTEN

1. ANALYTISCHE VERDELING KOSTEN – TOTAAL

ANALYTISCHE VERDELING VAN DE KOSTEN (IN MIO EURO)				
	2015		2014	
TV	256,6	59,9%	277,2	62,0%
Radio	89,4	20,9%	90,6	20,3%
Internet & Mobiele toepassingen	29,5	6,9%	23,6	5,3%
Kosten programma-output	375,5	87,7%	391,4	87,6%
Onderzoek en innovatie	1,3	0,3%	3,3	0,7%
Ondersteunende directies	45,7	10,7%	46,4	10,4%
Line extensions	5,4	1,3%	5,8	1,3%
Subtotaal	427,9	100,0%	446,9	100,0%
Andere	8,5		21,5	
TOTAAL (*)	436,4		468,4	

(*) inclusief voorraadwijzigingen

Via de analytische verdeling van de kosten wordt informatie verschaft over de verhouding van de kosten van de programma-output ten opzichte van de kosten voor Onderzoek & Innovatie, de kosten van de ondersteunende directies en de kosten van Line Extensions. De kosten van de programma-output worden verder onderverdeeld per mediabeleving: radio, televisie en het internet- & mobiel aanbod.

De kosten van de programma-output bedroegen 87,7% in 2015, een daling met 15,9 miljoen euro ten opzichte van 2014.

De kosten van Radio & Televisie daalden met 21,8 miljoen euro als gevolg van de opgelegde besparingen in 2015 en de hogere kosten verbonden aan eenmalige evenementen in 2014 (WK Voetbal, Olympische Winterspelen en de Europese, federale en regionale verkiezingen). De kosten van Internet & Mobiele toepassingen stegen met 5,9 miljoen euro in 2015 als gevolg van de extra investeringen in de digitale shift. De kosten van de programma-output worden verder in detail besproken.

De kosten voor *Onderzoek & Innovatie* daalden met 2,0 miljoen euro ten opzichte van 2014, doordat de VRT vanaf het werkingsjaar 2015 geen nieuwe dotatie meer ontving voor de toegevoegde opdracht "Onderzoek & Innovatie". Deze subsidie is geschrapt omwille van besparingen bij de Vlaamse overheid.

In absolute cijfers daalden de kosten van de ondersteunende directies¹⁰⁷ met 0,7 miljoen euro ten op-

zichte van 2014. Deze evolutie is in belangrijke mate het resultaat van de blijvende inspanningen die de VRT levert op het vlak van efficiëntie. Ze bedroegen 10,7% van de totale kosten. Dat relatief hoger aandeel (dan ten opzichte van 2014) is normaal omdat er geen grote sportevenementen en verkiezingen plaatsvonden in 2015.

De kosten voor de commerciële activiteiten van *Line Extensions* daalden licht in 2015 met 0,4 miljoen euro ten opzichte van 2014.

In de rubriek 'Andere kosten', worden kosten ondergebracht zoals de voorzieningen voor risico's en kosten, de waardeverminderingen, de herwaarderingskosten einde boekjaar, de belastingen, de herstructureringskosten en de kosten voor het Brussels Philharmonic. Deze kosten worden afzonderlijk gerapporteerd omdat ze anders vergelijkingen over de jaren heen zouden scheeftrekken. Deze kosten daalden ten opzichte van 2014 met 13,0 miljoen euro. Deze daling wordt vooral verklaard door een daling van de kosten van de voorzieningen. In de voorbije jaren werden in het kader van de openvolgende geplande personeelsafslankingen provisies aangelegd voor de financiering van de herstructureringskosten en deze provisies werden in 2015 ten dele aangewend. In 2015 werden geen bijkomende provisies aangelegd.

2. ANALYTISCHE VERDELING KOSTEN PROGRAMMA-OUTPUT RADIO

KOSTEN EN AANDEEL IN DE KOSTEN PER RADIONET (IN MIO EURO)				
	2015		2014	
Radio 1	20,5	22,9%	20,7	22,8%
Radio 2	28,4	31,8%	28,7	31,7%
MNM	11,1	12,4%	12,3	13,6%
StuBru	16,6	18,6%	15,1	16,7%
Klara	12,8	14,3%	13,8	15,2%
TOTAAL RADIO (*)	89,4	100%	90,6	100%

(*) inclusief de digitale radiostromen Nieuws+ (bij Radio 1), MNM Hits (bij MNM) en Klara Continuo (bij Klara).

De kosten en het relatief aandeel in de kosten per radionet

De totale kosten van radio daalden in 2015 met 1,2 miljoen euro. In 2015 werd er een besparingstraject opgestart dat op alle netten impact heeft. Het traject had betrekking op anders produceren (bij Radio 1 en Radio 2), wijzigen van aanbod bij Radio 1 en Klara en minder evenementen bij MNM en Studio Brussel.

Bij Radio 2 werd vanaf eind februari de regionale ontkoppeling (*Avondpost*) gestopt, eveneens omwille van de besparingen. Bij Studio Brussel is er fors meer geïnvesteerd in *De warmste week* (*Music for Life*).

KOSTEN PER UITZENDUUR – RADIO (IN EURO)		
	2015	2014
Radio 1	2.381	2.407
Radio 2	2.296	2.087
MNM	1.317	1.455
Studio Brussel (*)	1.962	1.792
Klara	1.462	1.577
GEMIDDELDE KOSTEN VOOR VRT-RADIO (**)	1.917	1.888

(*) inclusief Music For Life

De kostprijs per uur uitzending per radionet

Als deler worden de netto-uren uitzendingen genomen, dus zonder reclame per net.

De gemiddelde kostprijs van 1 uur uitzending radio bedroeg in 2015 1.917 euro, een kleine stijging ten opzichte van 2014.

In vergelijking met de andere radionetten is Radio

1 het duurste radionet. De verklaring hiervoor zijn de duidingsprogramma's en de sportverslaggeving die enkel op Radio 1 werden uitgezonden. Door de schrapping van het regionaal ontkoppeld programma *Avondpost*, daalde het aantal uren uitzending maar nam de kostprijs per uur van Radio 2 wel toe omdat een aantal vaste kosten (zoals voor de gebouwen en het onderhoud) bleven. De kostprijs per uur van Studio Brussel steeg omdat in 2015 extra geïnvesteerd werd in *De warmste week* van *Music For Life*.

3. ANALYTISCHE VERDELING KOSTEN PROGRAMMA-OUTPUT TV

De kosten en het relatief aandeel in de kosten per televisienet

KOSTEN EN AANDEEL IN DE KOSTEN PER TELEVISIENET (IN MIO EURO)				
	2015		2014	
Eén	174,3	67,9%	164,4	59,4%
Canvas	49,3	19,2%	77,2	27,8%
Ketnet	33,0	12,9%	26,1	9,4%
OP12	0,0	0,0%	9,5	3,4%
TOTAAL TELEVISIE	256,6	100%	277,2	100%

De kosten van televisie daalden met 20,6 miljoen euro tot 256,6 miljoen euro in 2015.

Deze daling wordt verklaard door de besparingen (onder andere door het stopzetten van OP12) en doordat er in (het oneven jaar) 2015 geen grote sportevenementen georganiseerd werden. In 2014 waren er bovendien extra verkiezingsuitzendingen.

De totale kostprijs van Eén steeg in 2015 met 9,9 miljoen euro. Hoewel er in 2015 een daling was omwille van de grote evenementen die plaats vonden in 2014, werd deze daling in 2015 ruimschoots gecompenseerd door een stijging ten gevolge van de verschuiving van een aantal programma's van Canvas naar Eén meer bepaald *Villa Politica* en een aantal sportprogramma's (*Sporza* op zondag en de uitzendingen van de matches van de Rode Duivels).

Daarnaast zond Eén meer fictie uit, zoals *Loslopend wild* en *De Ridder*.

Tegenover 2014 daalde de kostprijs van Canvas met 27,9 miljoen euro. Deze daling werd veroorzaakt omdat er in 2015 geen grote sportevenementen waren en omdat (zoals reeds vermeld) een aantal programma's van Canvas naar Eén verschoven. Daarnaast vernieuwde Canvas zijn programmering in 2015. Die vernieuwing was eerst voorzien voor april maar werd uitgesteld naar september.

In 2015 steeg de kostprijs van Ketnet met 6,9 miljoen Euro. Ketnet versterkte in 2015 het uitzendschema, voornamelijk met fictie (*D5R*, *De zoon van Artan*, *Trollie* en *Welkom in de Wilton*) en met aankoopreeksen en films. Daarnaast vernieuwde Ketnet zijn vaste studiodector.

De evolutie van de kostprijs per uur uitzending per televisienet

KOSTEN PER UITZENDUUR - TELEVISIE (IN EURO)				
	2015		2014	
	eerste uitzending	inclusief herhaling	eerste uitzending	inclusief herhaling
Eén	56.427	36.341	57.603	38.098
Canvas	33.479	20.784	29.201	17.948
Ketnet	50.267	6.567	36.731	5.191
OP12	0	0	16.016	6.809
GEMIDDELDE KOSTEN VOOR VRT-TELEVISIE	49.178	21.050	40.759	18.428

De gemiddelde kostprijs voor een uur televisie steeg tegenover 2014, zowel voor de eerste uitzendingen, als voor de kostprijs met herhalingen. Dat komt door het wegvallen van OP12 dat in grote mate programma's bevatte die gemiddeld goedkoper waren dan op de andere netten, en door het schrappen van

de namiddagprogrammering op Canvas.

De gemiddelde kostprijs van Eén daalde terwijl deze van Canvas steeg. Dat komt door de verschuiving van sportprogramma's (en van *Villa Politica*) van Canvas naar Eén. Sport heeft een lagere gemiddel-

de kost per uitzenduur wegens een groot volume uitzendingen. Meer sport uitzendingen zorgt bijgevolg voor lagere gemiddelde kosten van een net. Bij Eén wordt dit effect getemperd door de stijging van fictie in het uitzendschema van 2015.

De gemiddelde kostprijs (zowel voor eerste uitzending als inclusief herhalingen) van Ketnet nam toe. Het net zond ongeveer evenveel uren uit in 2015 ten opzichte van 2014, maar bracht wel meer fictie en duurdere aankoopreeksen.

De evolutie van de schemakosten per productiewijze (in euro en in uren)

KOSTEN		
	2015	2014
Ipro	68%	71%
Epro	32%	29%
TOTAAL	100%	100%

UITZENDUREN (EERSTE UITZENDING)		
	2015	2014
Ipro	81%	82%
Epro	19%	18%
TOTAAL	100%	100%

De beheersovereenkomst bepaalt dat de VRT minstens 25% van het televisieproductiebudget moet besteden bij externe productiehuisen. Deze meting is gebaseerd op wat de VRT produceert in een bepaald jaar en niet op wat zij uitzendt. De rapportering daarover gebeurt bij de rapportering van de performantiemaatstaven (O.D. 26.1). De hier gerapporteerde verhouding is gebaseerd op wat de VRT uitzond in 2015.

Afhankelijk van waar de financiële eindverantwoordelijkheid van het programma ligt, wordt het programma onder interne productie (IPRO) of externe productie (EPRO) gecatalogeerd. Voor IPRO ligt de verantwoordelijkheid bij de VRT, voor EPRO ligt dit bij de externe productiehuisen. Daarnaast bestaan een aantal mengvormen waar de VRT en de externe partner verregaand samenwerken en waarbij ze, naast het preferentieel partnership, een bijkomend afsprakenkader hebben vastgelegd m.b.t. die samenwerking. Voor die programma's worden de uitzendkosten verdeeld over IPRO en EPRO, in functie van de gemaakte afspraken.

Het aandeel IPRO neemt af tegenover het aandeel EPRO. Belangrijkste reden daarvoor zijn de tweejaarlijkse sportevenementen in de even jaren, die intern worden geproduceerd (in 2014: het WK Voetbal en de Olympische Winterspelen).

De verhouding IPRO/EPRO in euro is verschillend van de verhouding in uren. De producties die door de VRT zijn geproduceerd vertegenwoordigen 68% van de kosten, terwijl ze 81% van de uren eerste uitzending produceren. Verklaring hiervoor zijn de nieuws- en sportprogramma's die een groot aantal uren produceren.

4. ANALYTISCHE VERDELING KOSTEN PROGRAMMA-OUTPUT INTERNET & MOBIELE TOEPASSINGEN

DE KOSTEN EN HET AANDEEL IN DE KOSTEN PER SITE - INTERNET & MOBIELE TOEPASSINGEN (IN MIO EURO)				
	2015		2014	
Deredactie.be	8,2	27,8%	6,9	29,1%
Sporza.be	4,6	15,6%	3,2	13,6%
Cobra.be	2,4	8,1%	3,5	15,0%
Websites en Mobiel	14,3	48,5%	10,0	42,3%
TOTAAL INTERNET EN MOBIELE TOEPASSINGEN	29,5	100%	23,6	100%

Voor internet en mobiel worden de webplatformen Deredactie.be, Sporza.be en Cobra.be afzonderlijk gerapporteerd. De overige sites en het mobiel aanbod worden gegroepeerd.

De kosten van de internet- en mobiele toepassingen stegen ten opzichte van 2014 met 5,9 miljoen euro, omwille van de extra investeringen in het digitaal aanbod.

In 2015 werd er sterk geïnvesteerd in nieuws en sport. Dat resulteerde onder andere in een app van Deredactie.be en een voetbal-app voor Sporza. Verder werd de continue evolutie van de nieuws- en sportsite gegarandeerd door in te zetten op onder meer nieuwe digitale formats. De VRT zette de eerste stappen in de vernieuwing van de manier waarop de omroep de content van Deredactie.be en Sporza.be publiceert, zodat dit in de toekomst efficiënter kan gebeuren.

Cobra.be werd stopgezet eind augustus. Dat verklaart de lagere kosten voor deze themasite. Vanaf 24 augustus publiceerde Canvas.be nieuwe culturele bijdragen.

Verschillende radio- en televisiemerken zetten in op de vernieuwing van hun websites. Eind augustus startte het nieuwe digitale aanbod van Canvas. Begin september vernieuwde MNM zijn website en bood het een subsite verbonden aan het programma *Generation M*. Bij Ketnet werd de digitale portfolio uitgebreid met een nieuwe app: *Ketnet Jr.-app*. Eind 2015 werd Aha.radio2.be gelanceerd, een nieuw digitaal aanbod van Radio 2 en Vivavlaanderen.be. Bij alle merken werd op continue basis ingezet op de versterking en uitbreiding van het digitale aanbod, met tal van projecten zoals bijvoorbeeld voor Radio 1: *BEL10* en *Heerlijk Helder*, voor Radio 2: *De week van de jaren 70*, voor Klara: *de Top 100* en *On The Road*, voor Studio Brussel: *De nieuwe lichting* en *De warmste week* en voor MNM: *Start To DJ* en *MNM1000*.

Tenslotte werden ook een aantal trajecten opgestart die in 2016 verder uitgevoerd zullen worden: de VRT-videospeler, de vernieuwing van Klara.be, de vernieuwing van Deredactie.be, een EK Voetbal-app van Sporza en de vernieuwing van het digitaal aanbod van Eén (Eén.be en een digitaal aanbod van *Dagelijkse kost*).

5. VERDELING KOSTEN PER MEDIAGEBRUIKER

DE KOSTEN PER MEDIAGEBRUIKER (2014-2015) ¹⁰⁸ (IN EURO)		
	2015	2014
TV	46,3	51,8
Radio	16,1	16,9
Internet & Mobiele toepassingen	5,3	4,4
TOTALE KOSTEN (*) PER MEDIAGEBRUIKER	67,7	73,1
TOTALE OVERHEIDSFINANCIERING PER MEDIAGEBRUIKER	43,0	45,3

(*) Inclusief Toeslag voor toerekening van de kosten voor onderzoek en innovatie, de commerciële kosten, de kosten van ondersteunende diensten en andere kosten

De kosten per mediagebruiker daalden van 73,1 euro naar 67,7 euro doordat de totale kosten van de VRT daalden met 32 miljoen euro, terwijl het aantal mediagebruikers ongeveer gelijk bleef (een stijging met 33.422 personen).

Van de totale kosten van 67,7 euro in 2015 is er 43,0 euro gefinancierd via overheidsdotatie, en 24,7 euro uit eigen middelen.

6. ANALYSE VAN KOSTEN VOOR ONDERZOEK & INNOVATIE

KOSTEN VAN ONDERZOEK & INNOVATIE - PROJECT (IN MIO EURO)		
PROJECT	2015	2014
VRT Onderzoek & Innovatie	1,2	3,2
Mediadienstenplatform en VRT-Medialab	0,1	0,1
TOTAAL	1,3	3,3

Kosten van Onderzoek & Innovatie

In het kader van de Beheersovereenkomst 2012-2016 werd een afzonderlijke overeenkomst gesloten met betrekking tot Onderzoek en Innovatie. Voor deze toegevoegde opdracht worden de kosten, de ontvangen dotatie en de gerealiseerde eigen opbrengsten opgevolgd via een aparte, volledig gescheiden bedrijfsafdeling. De totale kosten voor VRT Onderzoek & Innovatie bedroegen in 2015 1,2 miljoen euro, of 2,0 miljoen euro minder dan in 2014. De uitgaven daalden omdat de VRT zijn onderzoek & innovatie-opdracht moest beperken als gevolg van het schrappen van de afzonderlijke dotatie voor Onderzoek & Innovatie.

De kosten uit de afgesloten projecten VRT-Medialab (Beheersovereenkomst 2007-2011) en "mediadienstenplatform" (Beheersovereenkomst 2002-2006) betreffen afschrijvingskosten die worden gefinancierd via kapitaalsubsidies.

¹⁰⁸ Onder het begrip "mediagebruikers" wordt verstaan het aantal inwoners in Vlaanderen, met name 6,44 miljoen inwoners op 1 januari 2015 (bron: de website van FOD Economie, KMO, Middenstand en Energie).

4. VOORRADEN

De totale voorraad van de VRT bedroeg eind 2015 80,8 miljoen euro, een daling met 4,0 miljoen euro ten opzichte van 2014. In de voorraad zitten sportrechten (32,6 miljoen euro), filmrechten (11,5 miljoen euro), eigen producties (33,9 miljoen euro),

vooruitbetalingen filmrechten (3,5 miljoen euro), waardeverminderingen filmrechten (-1,0 miljoen euro) en een voorraad technisch magazijn (0,2 miljoen euro).

1. SPORTRECHTEN

VOORRAAD SPORTRECHTEN (IN MIO EURO)			
VOORRAAD OP 31/12/2014	AANKOPEN IN 2015	UITGEZONDEN IN 2015	VOORRAAD OP 31/12/2015
30,5	+9,8	-7,7	32,6
	o.a. EK voetbal 2016 BK/EK wielrennen (2015-2018) UCI WK Wielrennen (2017-2024) Belgische Beker voetbal (2015-2018) Vriendschappelijke wedstrijden Rode Duivels (2015-2016) Bpost Veldrijden (2015-2017) Wielrennen Flanders Classics (2015) Memorial Van Damme (2015-2018) Ronde van België (2015-2017) Europees Atletiek (2016-2019)	o.a. Kwalificaties EK voetbal Vriendschappelijke wedstrijden Rode Duivels Wielrennen Ronde van Frankrijk Belgische Beker voetbal Wielrennen (Giro, Vuelta) Uefa Europa league voetbal Wielrennen Flanders Classics BK Wielrennen en Veldrijden UCI Baan-, Weg- en Veldrijden Atletiek Memorial Van Damme Tennis (Roland Garros en DavisCup) Zaalsporten	o.a. Olympische Spelen 2016 WK voetbal 2018 en 2022 Kwalificatie WK2018 Uefa Europa League (2016-2018) Ronde van Frankrijk (2016-2019) UCI Veldrijden (2016) UCI Weg- en Baanrijden (2016-2024) Jupiler Pro League (2016-2017) Belgische Beker voetbal (2016-2018) Wielrennen Italië (o.a. Giro) (2016) Wielrennen Vuelta (2016-2020) Tennis - Roland Garros (2016-2018) Memorial Van Damme (2016-2018) Europees Atletiek (2016-2019) IAAF Wereldatletiek (2016-2017)

De voorraad sportrechten steeg in 2015 met 2,1 miljoen euro tot 32,6 miljoen euro. Er werden voor 9,8 miljoen euro nieuwe contracten in de voorraad opgenomen, terwijl er voor 7,7 miljoen euro aan rechten werd verbruikt. De voorraadstijging is in be-

langrijke mate te verklaren door het aankopen van de rechten voor het EK Voetbal, de Belgische beker voetbal en het WK, EK en BK wielrennen.

2. FILMRECHTEN

VOORRAAD FILMRECHTEN (IN MIO EURO)					
	VOORRAAD 1/1/2015	AANKOPEN IN 2015	VERBRUIK IN 2015	SCHRAPPING IN 2015	VOORRAAD OP 31/12/2015
Films	4,2	2,7	-3,6	-0,1	3,2
Documentaires	1,7	1,9	-1,9	-0,4	1,3
Series, Comedies, Animatie, enz	6,8	7,5	-7,1	-0,2	7,0
TOTAAL	12,7	12,1	-12,6	-0,7	11,5

De totale filmvoorraad daalde met 1,2 miljoen euro in 2015. Deze daling kan verklaard worden door de afname in de voorraad van films en documentaires en door een kleine toename in de voorraad 'series, comedies, animatie, enzovoort'.

3. EIGEN PRODUCTIES

EINDVOORRAAD EIGEN PRODUCTIES (IN MIO EURO)		
	2015	2014
Fictie	20,4	27,0
Andere	13,5	12,0
TOTAAL	33,9	39,0

Eigen producties zijn de programma's die specifiek voor de VRT gemaakt worden, ofwel via interne productie, ofwel door een extern productiehuis.

De eindvoorraad van de eigen producties daalde met 5,1 miljoen tegenover 2014. Vanaf 2015 worden de eigen producties van de VRT anders gewaardeerd: de overheadkosten van programma's (Toeslag) worden niet langer in de voorraad opgenomen. Als gevolg hiervan is er een éénmalige impact op het resultaat van 4,1 miljoen euro.

De voorraad fictie daalde met 6,6 miljoen euro. Enerzijds door de aanpassing van de waarderingsregels en anderzijds door de schemaversterkingen bij Eén en Canvas.

De voorraad andere eigen producties steeg met 1,5 miljoen. De voornaamste oorzaak van deze stijging is het uitstel van de nieuwe Canvas naar het najaar van 2015.

8.4 NETTOKOSTEN VAN DE PUBLIEKE OPDRACHT

De nettokosten van de publieke opdracht van de VRT zijn het verschil tussen:

- > de op bedrijfsniveau geboekte ondernemingskosten na aftrek van de kosten verbonden aan de commerciële activiteiten die noch direct noch indirect enig voordeel halen uit de openbare omroepopdracht;
- > en de inkomsten uit niet-commerciële activiteiten en de inkomsten uit commerciële activiteiten die wel voordeel halen uit de openbare omroepopdracht.

De nettokosten van de publieke opdracht mogen volgens de transparantierichtlijn van de Europese Commissie niet lager zijn dan de toegekende overheidssubsidies ter financiering van de publieke opdracht.

De Vlaamse Regering heeft zich tegenover de Europese Commissie verbonden om, met ingang van het boekjaar 2008, de reservering van het eventuele netto-surplus uit de exploitatie van de openbare omroepopdracht wettelijk te regelen. De term netto-surplus of overcompensatie verwijst naar het verschil tussen de overheidsdotatie en de nettokosten van de publieke opdracht. De reservering van het netto-surplus zal beperkt worden tot 10% van de in dat betrokken boekjaar ontvangen bedragen aan overheidsmiddelen. Deze bepalingen werden opgenomen in het mediadecreet.

NIET -COMMERCIËLE OPBRENGSTEN

In 2015 bedroegen de niet-commerciële opbrengsten 9,5 miljoen euro. Deze opbrengsten bestaan uit opbrengsten uit facilitaire toelevering, opbrengsten uit samenwerking rond programma's, opbrengsten uit catering voor het personeel, financiële opbrengsten en andere bedrijfsopbrengsten. De andere bedrijfsopbrengsten betreffen onder meer gerecupereerde kosten en dienstverlening aan VAR.

De opbrengsten daalden in 2015 ten opzichte van 2014 met 1,3 miljoen euro. De opbrengsten uit facilitaire toelevering stegen met 1,0 miljoen euro. Daartegenover staat dat de opbrengsten uit samenwerking rond programma's in 2015 daalden met 2,1 miljoen euro. Ook de opbrengsten uit personeels-catering namen af met 0,1 miljoen euro, alsook de financiële opbrengsten met 0,1 miljoen euro.

NIET-COMMERCIËLE OPBRENGSTEN (IN MIO EURO)		
	2015	2014
Facilitaire toelevering	4,6	3,6
Samenwerking rond programma's	2,6	4,7
Personeelscatering	1,2	1,3
Financiële opbrengsten	0,3	0,4
Andere bedrijfsopbrengsten	0,7	0,7
Meerwaarde op realisatie vaste activa	0,1	0,1
TOTAAL (*)	9,5	10,8

(*) exclusief voorraadwijzigingen

COMMERCIËLE ACTIVITEITEN: RECHTSTREEKS / ONRECHTSTREEKS VOORDEEL UIT DE PUBLIEKE OPDRACHT

COMMERCIËLE ACTIVITEITEN: RECHTSTREEKS / ONRECHTSTREEKS VOORDEEL UIT DE PUBLIEKE OPDRACHT (IN MIO EURO)		
	2015	2014
Opbrengsten	149,6	145,4
Kosten	38,0	39,0
RESULTAAT	111,6	106,4

In 2015 was er een positief resultaat van 111,6 miljoen euro op de commerciële activiteiten die rechtstreeks of onrechtstreeks voordeel uit de publieke opdracht halen. De opbrengsten van deze commerciële activiteiten bestaan voornamelijk uit door VAR verworven opbrengsten zoals radioreclame, sponsoring en boodschappen van algemeen nut. Andere belangrijke inkomsten zijn de inkomsten uit de distributie-akkoorden en de ruilcontracten. Het positief resultaat draagt bij tot de financiering van de publieke opdracht.

De opbrengsten stegen met 4,2 miljoen euro. De kosten daalden met 1,0 miljoen euro.

Voor wat betreft de opbrengsten zijn het de opbrengsten uit de distributiecontracten die met 6,2 miljoen euro stegen. Andere opbrengsten zijn gedaald ten opzichte van 2014: de verkopen van programma's daalden met 0,5 miljoen euro en de inkomsten uit sms, Net Gemist en financiële productplaatsing daalden telkens met 0,2 miljoen euro. De vergoeding uit de thuiscopies nam af met 0,7 miljoen euro. De ruilopbrengsten daalden met 1,1 miljoen euro, maar daar staat tegenover dat ook de kosten uit de ruilcontracten met hetzelfde bedrag dalen. Ook de opbrengsten via VAR daalden (-0,7 miljoen euro). Voornamelijk vanwege de daling van het uitgekeerde dividend (-0,4 miljoen euro).

Daarnaast stegen de opbrengsten uit de recuperatie van kosten met 0,5 miljoen euro en de opbrengsten bij Line Extensions met 0,7 miljoen euro.

Aan de kostenzijde daalden de kosten van de ruilcontracten met 1,1 miljoen euro en de kosten die gekoppeld zijn aan het verwerven van inkomgelden dalen met 0,3 miljoen euro. De gerecupereerde kosten stegen met 0,5 miljoen euro.

ANDERE COMMERCIËLE ACTIVITEITEN

ANDERE COMMERCIËLE ACTIVITEITEN (IN MIO EURO)		
	2015	2014
Opbrengsten	5,1	7,5
Kosten	2,3	2,8
RESULTAAT	2,8	4,7

Het resultaat van de commerciële activiteiten die geen voordeel halen uit de publieke opdracht bedroeg in 2015 2,8 miljoen euro. Dat resultaat werd voornamelijk gerealiseerd via licensing, de organisatie van evenementen, de transmissiediensten en de verhuring van productiemiddelen.

Het positief resultaat draagt bij tot de financiering van de publieke opdracht. Het resultaat daalde ten

opzichte van 2014 met 1,9 miljoen euro door een daling van de inkomsten uit merchandising (-1,7 miljoen euro), de organisatie van evenementen (-0,2 miljoen euro) en de inkomgelden van evenementen (-0,4 miljoen euro). De kosten verbonden aan commerciële communicatie daalden met 0,5 miljoen euro.

NETTOKOSTEN VAN DE PUBLIEKE OPDRACHT

NETTOKOSTEN VAN DE PUBLIEKE OPDRACHT (IN MIO EURO)		
	2015	2014
Nettokosten van de publieke opdracht	275,0	309,4
Overheidssubsidies	277,1	290,7
NETTOKOSTEN PUBLIEKE OPDRACHT - OVERHEIDSSUBSIDIES = NETTO DEFICIT - = ONDERFINANCIERING OF NETTO DEFICIT, + = OVERFINANCIERING OF NETTO SURPLUS	2,1	-18,7

De kosten van de publieke opdracht bedroegen in 2015 275,0 miljoen euro of 2,1 miljoen euro minder dan de overheidssubsidies. Het boekjaar 2015 sluit dus af met een netto-surplus of een overfinanciering van de openbare omroepopdracht. Belangrijke verklaring van dit nettosurplus is het feit dat er geen grote sportmanifestaties plaats vonden in het (oneven jaar) 2015. (De kosten van de publieke opdracht liggen traditioneel lager in oneven jaren dan in de even jaren.) De dotatie daarentegen volgt deze trend in de uitgaven niet. Dit is ook zo in de beheersovereenkomst voorzien: oneven jaren sluiten af met een tekort op de resultatenrekening en even jaren sluiten positief af.¹⁰⁹

Over de volledige duur van de beheersovereenkomst (de periode 2012-2015) liggen de nettokosten van de publieke opdracht 23,4 miljoen euro hoger dan de overheidsfinanciering. Er is dus een netto deficit of cumulatieve onderfinanciering van de publieke opdracht.

Het VRT-management is verantwoordelijk voor een goede werking van het interne controlesysteem, zijnde het proces gericht op het verkrijgen van een redelijke zekerheid omtrent het bereiken van de doelstellingen op het gebied van:

- > de effectiviteit en de efficiëntie van de bedrijfsprocessen;
- > de betrouwbaarheid van de financiële informatie;
- > de naleving van de wet- en regelgeving, beleidslijnen en procedures;
- > het bewaken van de activa.

¹⁰⁹ Berekening nettokosten van de publieke opdracht (275,0 miljoen euro):
1) Totale kosten VRT inclusief voorraadvijzigingen (436,4 miljoen euro)
2) minus kosten van commerciële activiteiten die geen direct of indirect voordeel halen uit de openbare omroepopdracht (2,3 miljoen euro)
3) minus opbrengsten van commerciële activiteiten die voordeel halen uit de openbare omroepopdracht (149,6 miljoen euro)
4) minus opbrengsten uit niet-commerciële activiteiten (9,5 miljoen euro)

8.5 INTERNE CONTROLEVERKLARING

De VRT heeft hiertoe de nodige maatregelen genomen zoals:

- > de uitvoering van het Charter deugdelijk bestuur, met een duidelijke beschrijving van de rol en de bevoegdheden van de Raad van Bestuur en comités, de Gedelegeerd Bestuurder en het Directiecollege;
- > De toepassing van het single auditprincipe: samenwerking tussen de statutaire commissaris, Rekenhof en interne audit zodat er een grotere afdekking is van de controlegebieden en een efficiënte en geïntegreerde rapportering;
- > uitgebreide rapporteringsprocessen omtrent financiële gegevens op maand-, kwartaal- en jaarbasis naar de Raad van Bestuur, het Directiecollege, binnen de directies en de afdelingen;
- > een financiële delegatieregeling die beschrijft wie welke beslissingen met financiële gevolgen kan nemen. Deze werd geactualiseerd in 2015 als gevolg van de aanpassingen in en automatisering van het bestelproces, rekening houdend met de noden en werking van een modern mediabedrijf, maar met de nodige aandacht voor interne controle;
- > richtlijnen en procedures voor het nodige risicomanagement binnen belangrijke bedrijfsprocessen;
- > de permanente aandacht om de organisatie af te stemmen op de noden vanuit de opdrachten of de omgeving;
- > de implementatie en concrete uitrol van een informatie-veiligheidsbeleid.

De VRT zal continu verder werken aan de goede werking van een intern controlesysteem door o.a. gevolg te geven aan de aanbevelingen uit de sterkte-zwakteanalyse van de organisatiebeheersing

uitgevoerd door Audit Vlaanderen.

Zo heeft het VRT-management het proces uitgetekend voor risicomanagement op strategisch niveau, met volgende facetten: risico-identificatie, risico-evaluatie en prioritisering, het bepalen van de risico-mitigatie en het monitoren van deze aanpak. Dit proces is geïntegreerd in de strategische cyclus van de VRT.

8.6 VLAAMSE AUDIOVISUELE REGIE (VAR)



De NV VAR is een 100% dochteronderneming van de VRT. VAR verleent diensten op het vlak van radioreclame, sponsoring, boodschappen van algemeen nut en commercialisering van websites.

VAR haalde in 2015 een omzet van 93,5 miljoen euro en een resultaat na belasting van 5,6 miljoen euro winst.

(in 1.000 euro)

VAR: RESULTAAT		
	2015 (*)	2014
Bedrijfsopbrengsten	93.512	93.438
Regie voor VRT	74.643	74.475
Overige Aankopen	5.388	5.387
Bezoldigingen	3.273	3.108
Afschrijvingen, voorzieningen, e.d.	580	488
Bedrijfsresultaat	9.628	9.980
Financieel resultaat	-872	-742
Uitzonderlijke resultaten en belastingen	-3.107	-2.919
VAR RESULTAAT NA BELASTINGEN	5.649	6.319

(*) onder voorbehoud van goedkeuring door de Algemene Vergadering van NV VAR van 01/06/2016

8.7 PEBBLE MEDIA



De NV Pebble Media is een naamloze vennootschap met twee aandeelhouders die elk voor de helft participeren: Telenet en VAR. Pebble Media marketeert en verkoopt digitale reclameconcepten.

Pebble Media haalde in 2015 een omzet van bijna 11,9 miljoen euro en een resultaat van 180.000 euro verlies.

(in 1.000 euro)

PEBBLE MEDIA: RESULTAAT		
	2015 (*)	2014
Bedrijfsopbrengsten	11.880	11.027
Aankopen	10.463	9.601
Bezoldigingen	1.247	1.256
Afschrijvingen, voorzieningen, e.d.	388	60
Bedrijfsresultaat	-217	110
Financieel resultaat	-3	-16
Uitzonderlijke resultaten en belastingen	40	-42
PEBBLE MEDIA RESULTAAT NA BELASTINGEN	-180	52

(*) onder voorbehoud van goedkeuring door de Algemene Vergadering van NV Pebble Media van 19/05/2016

8.8 PENSIOENFONDSEN VRT

PENSIOENFINANCIERINGSORGANISME STATUTAIREN VRT

Het Pensioenfinancieringsorganisme Statutairen VRT (PFOS) is een onderlinge verzekeringsvereniging (OVV) die rechtspersoonlijkheid geniet overeenkomstig haar statuten. Het uitsluitend statutair doel van het PFOS is het opbouwen van middelen met het oog op de uitvoering van het Pensioendecreet Statutairen van de VRT (artikel 4 van de statuten PFOS).

Door uitvoering te geven aan artikel 29 van het Pensioendecreet Statutairen van de VRT van 25 april 2014, heeft het doel voor de OVV sinds 18 december 2015 (de datum van zowel de overname van de verbintenissen uit het Pensioendecreet door de Vlaamse Gemeenschap als van de overdracht van de activa van het PFOS naar de Vlaamse Gemeenschap) geen voorwerp meer.

Concreet werden aan de Vlaamse Gemeenschap op 18 december 2015 volgende bedragen overgemaakt:

- 238,6 miljoen euro die van de CFO-rekening werd overgeschreven naar de ontvangstenrekening van de Vlaamse Gemeenschap;
- 1,7 miljoen euro die werd overgeschreven van Bank Degroof Petercam naar de ontvangstenrekening van de Vlaamse Gemeenschap;
- 5,2 miljoen euro die op de rekening courant bij PDOS op naam van de Vlaamse Gemeenschap werd gezet.

In totaal was de overdracht van de activa goed voor 245,5 miljoen euro.

Daarnaast werd er zowel een samenwerkingsovereenkomst Vlaamse Gemeenschap - VRT, als een dienstverleningsovereenkomst Vlaamse Gemeenschap - PDOS opgemaakt en getekend.

Gezien het doel weggevallen is, is een volgende stap de vereffening en ontbinding van het PFOS. De Raad van Bestuur van het PFOS besliste op 8 december 2015 vanuit deze motivatie om een Buitengewone Algemene Vergadering samen te roepen op 28 januari 2016 met het oog op het vrijwillig in vereffening stellen van het PFOS.

De leden van de Algemene Vergadering stelden per 28 januari 2016 een vereffenaar aan.

PENSIOENFONDS CONTRACTUELEN VRT

De contractuele werknemers vallen onder de pensioenregelingen van de private sector. Voor deze medewerkers bestaat er sinds januari 2001 het *Pensioenfonds Contractuelen VRT*. Dat voorziet in een aanvullende pensioenregeling (de zogenaamde tweede pensioenpijler) bovenop het wettelijk pensioen en in een tegemoetkoming in geval van overlijden of invaliditeit. Het fonds wordt integraal door de werkgever gefinancierd door een jaarlijkse werkgeversbijdrage van 6% van de bruto loonmassa.

Het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* was eind 2015 volledig gefinancierd en de allocatie was als volgt: de aandelen vertegenwoordigden 49,2% van de portefeuille, de obligaties 39,7%, het vastgoed 10,0% en cash 1,1%. Voor het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* bedroeg de return over het boekjaar 2015 +5,7%. De totale activa bedroegen eind 2015 83,2 miljoen euro.



DOELSTELLINGEN
UIT DE BEHEERS-
OVEREENKOMST:
PERFORMANTIE

#9

AANBOD EN BEREIK

PORTFOLIO

SD1: Om relevant te zijn voor alle Vlamingen brengt de VRT haar aanbod via een breed portfolio van merken die elk een specifieke relatie hebben met hun publiek. Dit geldt voor het radio-, tv- en online-aanbod.

		PAGINA
OD1.1.	De VRT segmenteerde de Vlaamse mediagebruikers in een 'mediakaart' volgens hun belangrijkste mediabehoefte bij het kijken naar televisie, het luisteren naar radio en het raadplegen van websites en online-diensten. De mediakaart wordt jaarlijks geëvalueerd en indien nodig geüpdatet. Op basis hiervan positioneerde de VRT haar aanbod, merken en diensten zodat alle Vlaamse bevolkingsgroepen optimaal bediend worden.	
OD1.2.	Het aanbod van de VRT bevatte volgende merken: > Radio: Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, MNM en Klara + op de digitale platformen: Nieuws+, Klara Continuo, MNM Hits, Radio1.be, Radio2.be, StuBru.be, MNM.be, Klara.be en Ketnet Hits > TV: Eén, Canvas en Ketnet + op de digitale platformen: Eén.be, Canvas.be, Ketnet.be en Fansofflanders.be > Thematisch online-aanbod (digitaal): Deredactie.be, Sporza.be en Cobra.be (Cobra.be hield vanaf 24 augustus op te bestaan als actieve site. Hij bleef beschikbaar als archiefsite. De nieuwe actieve cultuurinhoud werd geïncorporeerd in Canvas.be. Dat gebeurde in overleg met de Minister van Media.) > Teletext + Digtetext (digitaal)	32-43 50-55 56 57
OD1.3.	De VRT stelde in 2015 per net een marketing- en merkenplan op (opgenomen in haar ondernemingsplan). Dat hield rekening met de resultaten uit onderzoek naar de mediabehoefte en de net- en merkenstrategieën.	

DIVERSITEIT EN DOELGROEPENBELEID

SD2: De VRT zet diversiteit centraal in de organisatie en hanteert een integrale aanpak op vlak van aanbod en beeldvorming. Het charter diversiteit zal daarbij de leidraad zijn.

		PAGINA
	> Diversiteit stond in 2015 centraal in de organisatie. Een lid van het directiecollege stuurde het thema aan, ondersteund door een stuurgroep. > De VRT paste haar Charter Diversiteit toe. Het charter drukte het einddoel van het diversiteitsbeleid van de VRT uit: de omroep zijn van en voor iedereen in Vlaanderen en dat realiseren via een integrale aanpak. > De VRT sensibiliseerde haar medewerkers over diversiteit o.a. aan de hand van goede-praktijk-voorbeelden, zoals via een interne website over diversiteit en een diversiteitstrofee voor programmamakers.	20
OD2.1.	De VRT ontwikkelde een nieuw actieplan diversiteit. Het formuleerde concrete initiatieven om de diversiteit bij de VRT te verbeteren. In het actieplan ging er aandacht naar de man-vrouw-verhouding, nieuwe Vlamingen, personen met een beperking en leeftijd. De VRT haalde in 2015 de streefcijfers: 8,6% van de sprekende actoren in de programma's van Eén, Canvas en Ketnet (behalve de aangekochte programma's) waren nieuwe Vlamingen (streefcijfer: 5%), 38,0% waren vrouwen (streefcijfer: 33%).	20
OD2.2.	> Aanbod De VRT formuleerde specifieke diversiteitsdoelstellingen voor de verschillende netten. Verschillende intern en extern geproduceerde programma's kregen ook specifieke doelstellingen inzake diversiteit, zoals <i>Iedereen beroemd</i> (Eén) en <i>Van Gils & gasten</i> (Eén). Daarbij werd aandacht geschonken aan origine, gender, beperking, leeftijd, zorg en armoede. Radio stuurde op 'de beeldvorming' in een aantal focusprogramma's per net, in de marketingcampagnes en in de zichtbaarheid van radio via websites en de sociale media. > Monitoring De VRT monitorde in samenwerking met externe partners een jaar lang de aanwezigheid van vrouwen en nieuwe Vlamingen op het scherm. (zie OD2.1)	20
OD2.3.	> De VRT stelde in haar programma's verschillende maatschappelijke thema's aan de orde, zoals leven met kanker in de omroepbrede actie <i>Iedereen tegen kanker</i> en de vluchtelingenproblematiek en zelfmoord in <i>Thuis</i> (Eén). > De VRT zette in 2015 het gestructureerd overleg met de belangenverenigingen voort. Ook met universiteiten was er overleg over het diversiteitsthema.	21

SD3: De VRT sluit met haar aanbod op radio, tv en online aan bij de leefwereld van jongeren en representeert de diversiteit binnen deze doelgroep. In haar strategie t.a.v. jongeren staan volgende kernwoorden centraal: instroom, inbreng, interactie en inventiviteit.

		PAGINA
	De VRT bouwde in 2015 verder op de strategie ten aanzien van jongeren, die was vastgelegd in 2012. Terwijl in 2014 de focus nog lag op het jongerenaanbod van OP12, groeide de voorbije jaren de betrokkenheid bij instroom, inbreng, interactie en inventiviteit van jongeren in de hele omroep. Zo besteedde MNM bijvoorbeeld steeds meer aandacht aan inbreng van jongeren die in het verleden minder bereikt werden, bouwde VRT Start-Up met Open VRT aan een interactief netwerk van jonge starters, en zette Canvas in op inventiviteit en online beleving. Om de instroom van jong talent te vergroten en diversifiëren, werden door de VRT innovatieve onthaalprojecten opgezet.	24

OD3.1.	> De nieuwsdienst speelt met zijn informatieaanbod in op de leefwereld van jongeren. Via aangepaste nieuwsuitzendingen op MNM en Studio Brussel (en via aangepaste nieuwsberichten (Ninjanieuws) die verspreid worden op de sociale media) werden jongeren bereikt. > MNM en Studio Brussel waren specifiek gericht op jongeren in al hun diversiteit. > OP12 bood tot eind 2014 een aanbod dat specifiek gericht was op jongeren. Op 1 januari 2015 werd OP12 stopgezet. Dat gebeurde in onderlinge afspraak tussen de VRT en de minister van Media, mede als gevolg van de opgelegde besparingen voor 2015. De andere televisienetten bleven met hun programma's wel de jongeren bereiken, zoals Ketnet met D5R. > Het aanbod voor jongeren werd ook online aangevuld met extra informatie. Daarbij was er aandacht voor interactie met jongeren, o.a. via de sociale media (bijvoorbeeld voor <i>Generation M</i> (MNM)). De webserie <i>Pitch</i> op Canvas.be toonde jonge ondernemers met hun creatieve ideeën.	24 + 63
OD3.2	De VRT overlegde (met het oog op haar aanbod) met jongeren en jongerenorganisaties. Ketnet zetelt in de reflectiegroep jeugd- en kinderrechtenbeleid van het departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media van de Vlaamse overheid.	24

SD4: De VRT moet een zo groot mogelijk en gevarieerd publiek bereiken. In het bijzonder moet de VRT jongeren, nieuwe Vlamingen en mensen met een auditieve/visuele beperking beter bereiken en de band tussen deze groepen en de openbare omroep versterken door het aanbod beter af te stemmen op de behoeften van deze groepen.

		PAGINA
OD4.1.	De VRT bereikte met haar aanbod een groot en gevarieerd publiek. > De VRT bereikte in 2015 met haar aanbod op de verschillende media samen op maandbasis meer dan 90% (de norm) van de bevolking. Alhoewel er geen samengesteld percentage voorhanden is, kan dit afgeleid worden uit het feit dat televisie maandelijks alleen al 95,5% van de Vlamingen bereikte. > Op weekbasis bereikte de VRT 79,0% van de Vlaamse luisteraars (norm: 70%). De 60%-norm werd voor elke onderscheiden doelgroep gehaald. > Op weekbasis bereikte de VRT 87,2% van de Vlaamse televisiekijkers (norm: 75%). De 65%-norm werd voor elke onderscheiden doelgroep behaald. > Op maandbasis bereikte de VRT met haar online-aanbod 59,4% van de Vlaamse surfers (norm: 40%). De 30%-norm werd voor elke onderscheiden doelgroep behaald.	17-19
OD4.2.	De VRT hield samen met Why5 Research een kwalitatief publieksonderzoek bij 24 nieuwe Vlamingen over hun gebruik van de sociale media en in welke mate de VRT hen daarmee bereikt.	20
OD4.3.	> Voor personen met een visuele beperking bood de VRT diensten aan om televisieprogramma's meer toegankelijk te maken. - De VRT leverde voor alle programma's in principe gesproken ondertiteling (ondertitels als gesproken tekst) aan via teletextpagina 889 (uitgezonderd enkele programma's waarvan de ondertitels een vast grafisch onderdeel van het beeld zijn). Daarmee haalt de VRT de norm niet (alle programma's en programmaonderdelen in een andere taal dan het Nederlands). Alle programma's van de nieuwsdienst werden wel voorzien van gesproken ondertiteling. De VRT zal in de loop van 2016 de ondertiteling intern anders produceren. Daardoor zal zij op een geautomatiseerde manier steeds gesproken ondertiteling bij nieuwe producties kunnen aanbieden. - In 2015 bood de VRT de fictiereeksen <i>T. (Eén)</i> , <i>De Ridder (Eén)</i> en <i>Vriendinnen (Eén)</i> met audiodescriptie aan (norm: 1 reeks). - In 2015 nam de VRT maatregelen om haar digitale platformen toegankelijker te maken, voor blinden en slechtzienden en doven en slechthorenden. De VRT werkte verder aan het aanbieden van beschikbare ondertitels op de VRT-websites. (Omwille van de complexiteit van de productie-omgevingen en de variatie in de werkprocessen liep dat project vertraging op.) > Voor personen met een auditieve beperking bood de VRT teletekstondertiteling en Vlaamse Gebarentaal aan om haar televisieprogramma's toegankelijker te maken. - Via teletekstondertiteling (of T888) kon de kijker ondertiteling oproepen bij zo goed als alle televisieprogramma's. In 2015 was 98,3% van alle Nederlandstalige programma's te volgen met T888 (norm: 95%). In 2015 werd 99,95% van de nieuws- en duidingsprogramma's ondertiteld (norm: 100%). De norm werd niet gehaald omdat voor een nachtelijke extra journaaluitzending (naar aanleiding van aanslagen in Parijs) geen teletekstondertiteling voorzien en ingepland kon worden. Eind 2014 was het nog niet mogelijk om de ondertiteling van T888 op te nemen in de videostreaming op de VRT-websites (norm: de VRT stelt de beschikbare ondertitels ook beschikbaar op andere platformen tegen eind 2014). Dat komt door de complexiteit van de productieomgevingen en de variatie in de werkprocessen. De VRT zal in de loop van 2016 een aantal technische moeilijkheden oplossen waardoor haar online ondertitelaanbod stelselmatig zal kunnen uitgebreid worden. - <i>Karrewiet</i> (Ketnet), <i>De week van Karrewiet</i> (Ketnet) en <i>Karrewiet Plus</i> (Ketnet) werden met Vlaamse Gebarentaal aangeboden op Ketnet.be. Ze werden ook uitgezonden op Ketnet. <i>Het Journaal van 19 uur</i> (Eén) werd live met Vlaamse Gebarentaal uitgezonden op Deredactie.be. Alle programma's met Vlaamse Gebarentaal waren gratis te herbekijken via Net Gemist en Ooit Gemist (het aanbod-op-aanvraag van de VRT).	22

INTERNATIONALE ROL VRT

SD5: De VRT draagt bij tot de toegankelijkheid van haar aanbod voor Vlamingen in het buitenland en tot de uitstraling van Vlaanderen in de wereld, door een deel van haar aanbod via internet en satelliet (via BVN) te verspreiden in de hele wereld en door een selectie van haar aanbod te groeperen ten behoeve van de expatgemeenschap in Vlaanderen.

		PAGINA
	In 2015 investeerde de VRT in haar internationale rol en ondersteunde zo de uitstraling van Vlaanderen in de wereld.	26
OD5.1.	Voor Vlamingen in het buitenland bood de VRT de informatiezender Radio 1 en de familiezender Radio 2 via satelliet aan. Daarnaast konden zij ook via het internet luisteren naar alle VRT-radionetten.	26
OD5.2.	Het Beste van Vlaanderen en Nederland (BVN) is de publieke satellietzender voor Nederlandstaligen in het buitenland. Ongeveer een derde van het BVN-aanbod bestond in 2015 uit VRT-programma's. Het VRT-aanbod bevatte nieuws- en duidingsprogramma's over culturele, maatschappelijke en toeristische onderwerpen, ontspanningsprogramma's en jeugdprogramma's. Via BVN konden Vlamingen in het buitenland bijzondere gebeurtenissen en evenementen uit Vlaanderen volgen (zoals Vlaanderen Feest op de Vlaamse feestdag). In 2015 startte BVN Live, dat een onlineversie bood van de BVN-uitzendingen.	26
OD5.3.	Vlamingen in het buitenland hadden toegang tot het VRT-internetaanbod. Deredactie.be (nieuws), Sporza.be (sport) en Cobra.be (cultuur, tot 24 augustus 2015) en de andere VRT-websites boden in het buitenland naast tekst ook beeld- en geluidsfragmenten en sommige programma's aan, voor zover de VRT over de rechten beschikte en er geen technische belemmeringen waren.	26
OD5.4.	Fans of Flanders was een digitaal platform en een wekelijks televisieprogramma op Canvas (na het stopzetten van OP12 eind 2014), in het Engels, voor buitenlanders in Vlaanderen. Het programma werd herhaald op Eén. De VRT-nieuwsdienst bracht online actualiteit (inclusief cultuur) in het Engels (Flandersnews.be), het Frans (Flandreinfo.be) en het Duits (Flanderninfo.be). Fansofflanders.be bevatte Engelse nieuwsberichten afkomstig van de VRT-nieuwsdienst.	26

SAMENWERKING

SD6: De openbare omroep stelt zich open en luisterbereid op naar de samenleving en creëert maatschappelijke meerwaarde in zijn aanbod door een structureel belanghebbendenbeheer op te zetten.

		PAGINA
OD6.1.	In 2012 werd een plan van aanpak voor belanghebbendenbeheer opgesteld. In 2015 werd dat plan gevolgd.	27
OD6.2.	De VRT hanteerde een diversiteit aan partners (zie OD71).	27

SD7: De openbare omroep creëert maatschappelijke meerwaarde door rond zijn aanbod samenwerkingsverbanden op te zetten met zowel publieke als private partners. Deze partnerships realiseren meerwaarde voor de betrokken partners. De partners zijn financieel stabiel en ondernemen op een maatschappelijk verantwoorde wijze.

		PAGINA
	De VRT zette in 2015 samenwerkingsverbanden rond haar aanbod op met zowel publieke als private partners. Die waren financieel stabiel en handelden op een maatschappelijk verantwoorde wijze.	27
OD7.1.	De VRT werkte inhoudelijk, productioneel en communicatief samen met verschillende publieke partners o.a. inzake cultuur en onderwijs.	27
OD7.2.	Voor nieuws en sport werkte de VRT samen met andere Vlaamse omroepen met betrekking tot de uitwisseling en terbeschikkingstelling van audiovisueel materiaal. De VRT had hiervoor met die omroepen overeenkomsten afgesloten.	27
OD7.3.	Het audiovisueel materiaal van verschillende VRT-websites was voor iedereen ter beschikking door middel van "permalinks", in die mate dat het toegelaten werd door gebruiksvoorwaarden en -rechten. Nieuwswaardige video's afkomstig van Deredactie.be werden (via embedcode) ter beschikking gesteld van andere Vlaamse mediabedrijven voor publicatie op hun nieuwswebsites (syndicatie-project).	27
OD7.4.	De VRT werkte in 2015 samen met andere EBU-omroepen, onder meer op het vlak van programma-aankoop, coproducties, strategische positionering van openbare omroepen en het uitwisselen van nieuwsbeelden. Voorbeelden: > De VRT werkte productioneel samen met de NPO voor de productie van kinderfictiereeksen zoals <i>De zoon van Artan</i> en <i>Capsclub</i> . > De VRT werkte samen met de RTBF, onder andere voor de Koningin Elisabethwedstrijd en het verslag van het Nationaal defilé. De VRT werkte samen met andere openbare omroepen voor het project Generation What? (over het mediagebruik van jongeren).	27

RADIO

SD8: De radionetten zijn zo geprofileerd dat zij een diversiteit brengen in hun aanbod en tegemoetkomen aan verschillende behoeften van de Vlamingen.

		PAGINA
	VRT-Radio behield in 2015 zijn positie in het Vlaamse radiolandschap dankzij duidelijk geprofileerde netten. VRT-radio was er voor iedereen in Vlaanderen, voor alle bevolkingsgroepen. Ook jonge luisteraars vonden hun weg naar het VRT-radio-aanbod. De verschillende radiomeren evolueren naar echte 360°-merken die verschillende platformen (online, sociale media, evenementen) inzetten om de band met de luisteraar te versterken. MNM en Studio Brussel, gingen als jongerenmerken hierin al het verst.	32-47
OD8.1. OD8.2. OD8.3. OD8.4. OD8.6.	Het aanbod van de radionetten was in 2015 conform de beheersovereenkomst opgebouwd.	43-43
OD8.5.	MNM Hits bracht in 2015 non-stop hitgevoelige muziek als verlengstuk bij het MNM-aanbod. Daarvoor werd de hitlijst van MNM gebruikt. MNM Hits was via de digitale platformen te ontvangen.	38
OD8.7.	Klara Continuo bracht in 2015 non-stop klassieke muziek en was via de digitale platformen te ontvangen.	43
OD8.8.	Nieuws+ bracht in 2015 de laatst uitgezonden nieuwsuitzending van Radio 1 en was op de digitale platformen te ontvangen.	

SD9: De radionetten zijn zo geprofileerd dat zij een diversiteit aan muziekgenres aanbieden met een engagement voor Vlaamse producties en Nederlandstalige muziek.

		PAGINA
	De VRT-radionetten waren in 2015 zo geprofileerd dat een diversiteit aan muziekgenres aan bod kwam. De diversiteit bereikte de VRT enerzijds door het toepassen van de uitgetekende muziekprofielen van elk net en anderzijds door het voortdurend monitoren en bijsturen van het muziek aanbod zelf.	44-47
OD9.1.	Op alle radionetten samen bestond in 2015 26,5% van alle nummers uit Vlaamse muziek (norm: 25%).	45
OD9.2.	De VRT ondersteunde de Nederlandstalige muziek. In 2015 was 15,8% van de muziektijd op Radio 1 Nederlandstalig (norm: 15%). Op Radio 2 was dat 30,9% (norm: 30%).	46

SD10: Het online aanbod m.b.t. de radionetten verhoogt het comfort en versterkt de beleving van de mediagebruiker en is aangepast aan de gebruikte schermen/toestellen. Het behaalt dezelfde kwaliteitsstandaard als het gehele aanbod. Dit aanbod is beschikbaar via – en aangepast aan – alle op open internet aangesloten schermen/toestellen.

		PAGINA
OD10.1.	De VRT-radionetten konden in 2015 live beluisterd worden via het open internet, via de netsites van de radionetten, via internetradiospelers en afgeleide applicaties (zoals de Radioplus-app).	
OD10.2.	De websites van de radionetten en afgeleide interactieve applicaties versterkten in 2015 de beleving van de radionetten onder meer door het verstrekken van video- en audiofragmenten, extra informatie en interactieve toepassingen.	34-43
OD10.3.	De VRT-radionetten maakten in 2015 ook gebruik van platformen van derden (in het bijzonder de sociale netwerken Facebook, Twitter en Instagram) om de beleving rond hun programma's te versterken.	34-43

TV

SD11: De televisienetten zijn complementair geprofileerd zodat zij een diversiteit brengen in hun aanbod en tegemoetkomen aan verschillende mediabehoefte van alle Vlamingen.

Om de uitgangspunten m.b.t. inclusiviteit, actuedevenheid en een aanbod voor specifieke doelgroepen (kinderen, jongeren) te kunnen waarmaken, kan de VRT beschikken over 3 volwaardige tv-kanalen: Eén, Canvas en een derde kanaal waarin specifieke doelgroepen worden bediend.

		PAGINA
	De VRT beschikte over drie tv-kanalen: Eén, Canvas en Ketnet. Elk net had zijn eigen profiel en richtte zich tot een eigen doelpubliek. > Eén richtte zich naar al wie in Vlaanderen leeft. Het net wilde alle doelgroepen op een gelijkmatige manier bereiken. Eén bracht daarom een breed aanbod met een mix aan kwalitatieve programma's en genres. > Canvas richtte zich op kijkers die televisie gebruiken vanuit een individuele ontplooiingsbehoefte, die graag willen ontdekken, bijleren of zich onderscheiden. Canvas bracht een gediversifieerd aanbod met aandacht voor informatie in vijf domeinen: kunst & cultuur, sport, economie & ondernemen, wetenschappen en politiek. > Ketnet richtte zich op kinderen. Het net bood een brede programmamix die inspeelt op de interessevelden van kinderen in verschillende leeftijdsgroepen, met inbegrip van de actualiteit. > OP12 werd stopgezet op 1 januari 2015. Dat gebeurde in onderlinge afspraak tussen de VRT en de minister van Media, mede als gevolg van de opgelegde besparingen voor 2015. Het kanaal van Ketnet richtte zich na 20 uur wel nog op slechtzienden (programma's met audiodescriptie). Het kanaal diende ook als uitwijkkanaal voor enkele cultuurprogramma's en verslagen van kleine sporten. De programma's werden uitgezonden met het logo van Eén+ of Canvas+.	48-55
OD11.1. OD11.2. OD11.3.	Het aanbod van de televisienetten was in 2015 opgebouwd conform de beheersovereenkomst.	50-55

11.3.1.	Ketnet werd uitgezonden op een afzonderlijk kanaal. Het net bracht een brede programmamix (waaronder actualiteit) die inspeelt op de interesses van kinderen. Het net hanteerde een 360°-strategie waarbij het een aanbod had op televisie en online, maar ook aanbod-op-aanvraag (zoals een gratis <i>Ketnet Jr.-blok</i> , de opvolger van het <i>Kaatje-blok</i>), interactieve toepassingen, participatieve acties en evenementen. Ketnet zorgde voor een veilige omgeving bij zijn online-aanbod..	54
11.3.2.	Niet van toepassing. Als gevolg van het regeerakkoord werd OP12 stopgezet. Dat gebeurde in onderlinge afspraak tussen de VRT en de minister van Media, mede als gevolg van de opgelegde besparingen voor 2015. De andere televisiezoekers hadden verschillende programma's die ten dele gericht waren op jongeren, zoals <i>Het sterkste netwerk</i> (Eén) en <i>D5R</i> (Ketnet).	
11.3.3.	Zie OD5.4.	26
11.3.4.	De Ketnet-programmatie werd tot 20 uur in 2015 nooit onderbroken. Na 20 uur werd het kanaal gebruikt als uitwijkkanaal voor andere netten en voor het fictie-aanbod met audiodescriptie onder de naam Eén+ en Canvas+.	

SD12: : Via interactieve digitale televisie verhoogt de VRT het comfort en versterkt zij de beleving van de televisienetten.

PAGINA		
OD12.1.	De VRT had distributie-overeenkomsten met Proximus TV (Proximus Replay), Telenet (Yelo Play (More)) en Stievie NV (Stievie) die handelen over diensten voor licht uitgesteld kijken met betrekking tot haar televisiekanalen. Net Gemist en Ooit Gemist laten toe programma's op te vragen om te (her)bekijken. Deze VRT-diensten zijn beschikbaar bij Telenet en Proximus TV.	49
OD12.2.	De VRT bood in 2015 verrijking en interactieve applicaties aan die aansloten bij haar televisie-aanbod, zoals een dagelijks gratis aanbod-op-aanvraag via de rode knop van <i>Ketnet Jr.</i> (Ketnet), een interactief onlineluik met duiding bij de <i>Ten oorlog</i> (Eén) en interactieve online-testen voor het programma <i>Voor hetzelfde geld</i> (Eén).	50-55

SD13: Het online aanbod m.b.t. de tv-netten verhoogt het comfort en versterkt de beleving van de mediagebruiker. Het behaalt dezelfde kwaliteitsstandaard als het gehele aanbod. Dit aanbod is beschikbaar via – en aangepast aan – alle op open internet aangesloten schermen/toestellen.

PAGINA		
OD13.1.	Zie OD12.1.	49
OD13.2.	De websites van de televisienetten en afgeleide applicaties versterkten in 2015 de beleving van de televisienetten onder meer door het verstrekken van videofragmenten, extra informatie en interactieve toepassingen.	50-55
OD13.3.	Het online-aanbod van Ketnet was niet alleen beschikbaar via de website maar ten dele ook via de <i>Ketnet Jr.-app</i> . Het onlinevideo-aanbod was gediversifieerd opgebouwd waarbij er aandacht was voor de verschillende leeftijdscategorieën onder kinderen, interesseveld en thema's.	54-55
OD13.4.	De VRT-televisienetten maakten in 2015 ook gebruik van platformen van derden (hoofdzakelijk de sociale netwerken Facebook, Twitter en Instagram) om de beleving rond hun programma's te versterken.	50-55

THEMATISCH ONLINE-AANBOD

SD14: De VRT brengt een kwaliteitsvol thematisch online-aanbod rond nieuws, sport en cultuur via respectievelijk Deredactie, Sporza en Cobra via open internet en daarvan afgeleide interactieve applicaties. Het aanbod op deze thematische sites wordt gebracht in tekst, beeld en geluid met een focus op beeld. De themasites vertrekken vanuit de actualiteit. Ze brengen actuele feiten en duiding. Daarnaast legt iedere thematische site eigen accenten.

PAGINA		
OD14.1.	Deredactie.be hanteerde de deontologische richtlijnen van de VRT-nieuwsdienst. De nieuwssite verwees naar het aanbod op andere websites indien dat relevant was. Mediagebruikers konden hun mening geven over de opiniestukken en blogs.	56
OD14.2.	Sporza.be hanteerde het deontologisch kader dat ook voor het andere VRT-sportaanbod geldt. Naast sportnieuws en duiding bracht Sporza.be regelmatig livestreamings. Bij verschillende sporten kon het verloop gevolgd worden in een afzonderlijk live Match Center. Sporza.be verwees naar andere sites indien dit relevant was.	56
OD14.3.	Cobra.be bood ruimte aan content uit de culturele sector zelf. Omgekeerd was het aanbod van Cobra.be beschikbaar voor verspreiding via platformen van partners/derden. Het cultuurplatform verspreidde zijn aanbod zo veel mogelijk (via bijvoorbeeld sociale netwerken) om zo veel mogelijk cultuurliefhebbers te bereiken. Sommige partners (zoals Uit in Vlaanderen en Vlaams Fonds voor de Letteren) hadden op permanente basis Cobra.be-aanbod op hun website. De VRT om Cobra als thematisch aanbodsmerk stop te zetten. Dat gebeurde in onderlinge afspraak tussen de VRT en de minister van Media, mede als gevolg van de opgelegde besparingen voor 2015. Canvas nam de opdracht van een online kunst- en cultuuraanbod over vanaf 24 augustus 2015.	65
OD14.4.	De themasites boden regelmatig livestreaming aan bij evenementen, zoals bij de 30.000ste ceremonie van de Last Post te Ieper (op Deredactie.be), De Gouden Uil (op Cobra.be) en verschillende sportwedstrijden (op Sporza.be).	62+67
OD14.5.	Zie OD12.1.	49

TELETEKST/DIGITEKST

SD15: De VRT verzorgt een teletekst/digitekst-aanbod.

PAGINA		
OD15.1.	De VRT bracht de mediagebruiker snelle informatie inzake nieuws, cultuur, educatie, sport en ontspanning via klassieke Teletekst en via Digitekst (op digitale televisie). Teletekst was ook bereikbaar via internet (Een.be/tt) en via mobiele toestellen. Gemiddeld 67.413 Vlamingen per dag raadpleegden Teletekst via Eén, Canvas en Ketnet (indicatief cijfer, geen exacte cijfers beschikbaar). Gemiddeld 17.514 Vlamingen per dag surfden naar de internetversie.	57

TRANSVERSALE DOMEINEN

Nieuws

SD16: Nieuws is de kernopdracht van de openbare omroep. VRT Nieuws informeert op een kwalitatieve en deontologisch verantwoorde manier. VRT Nieuws moet een betrouwbare en deskundige gids zijn die op een toegankelijke manier correcte en genuanceerde informatie en duiding verstrekt. Betrouwbaarheid, onpartijdigheid en geloofwaardigheid zijn kernwaarden van VRT Nieuws.

PAGINA		
OD16.1.	VRT Nieuws voerde haar opdracht uit op een deontologisch verantwoorde manier. Ze hanteerde daarbij <i>Het redactiestatuut met inbegrip van de deontologisch code voor journalisten van de VRT</i> . > De deontologische adviesraad gaf in 2015 vijf formele adviezen en 69 informele adviezen. > In 2015 werd twee keer een fout in de berichtgeving rechtgezet op de pagina <i>Rechtzettingen</i> van Deredactie.be.	60
OD16.2.	In 2015 werkte de VRT-nieuwsdienst aan de bewustwording over gender en nieuwe Vlamingen. In 2015 werden nieuwsdienstprogramma's gemonitord over het aan het woord komen van vrouwen en nieuwe Vlamingen. De nieuwsdienst had ook aandacht voor diversiteit bij het inzetten van presentatoren en verslaggevers. VRT Nieuws vermeed dat sommige bevolkingsgroepen enkel aan bod komen bij thema's die als stereotyperend kunnen worden ervaren. Medewerkers van VRT Nieuws konden deelnemen aan een workshop diversiteitscoaching.	62
OD16.3.	VRT Nieuws waakte over de kwaliteit van haar nieuws- en duidingsprogramma's (o.a. via een publieke-meenwaardeonderzoek). Hij paste het kwaliteitstraject (opgesteld in 2012) toe. > De VRT-nieuwsdienst organiseerde verschillende opleidingen/informatiesessies (o.a. over deontologie). Journalisten van VRT Nieuws konden daaraan deelnemen. > Uitgaande van onderzoek naar de behoeften van de mediagebruikers en rekening houdend met hun dagritme stuurde de VRT-nieuwsdienst zijn aanbod bij, zoals met het verspreiden van nieuws gericht op jongeren via de sociale media. De kijker en de luisteraar waarden het nieuws- en duidingsaanbod van de VRT. De waardering voor het gehele VRT-nieuwsaanbod bedroeg 8,2 (op een schaal van 1 tot 10). De omroep haalde per nieuwsdienstprogramma volgende gemiddelde waarderingscijfers: <i>Het Journaal van 13 uur</i> : 8,0; <i>Het Journaal van 18 uur</i> : 8,3; <i>Het Journaal van 19 uur</i> : 8,3; <i>Het Journaal van 20 uur</i> : 8,0; <i>Het Journaal laat</i> : 8,3; <i>De zevende dag</i> : 7,8; <i>De afspraak</i> : 7,9; <i>De vrije markt</i> : 8,0; <i>Koppen</i> : 8,4; <i>Koppen XL</i> : 8,4; <i>Panorama</i> : 8,4; <i>Reyers laat</i> : 8,1; <i>Terzake</i> : 8,1; <i>Villa Politica</i> : 8,0; <i>Volt</i> : 8,2; <i>Vranckx</i> : 8,6 en het Radionieuws: 8,2.	70

SD17: VRT Nieuws brengt nieuws en duiding voor alle Vlamingen en besteedt daarbij extra aandacht aan het informeren van kinderen en jongeren met een actueel en kwaliteitsvol nieuws- en informatieaanbod. VRT Nieuws besteedt bovendien een relevant gedeelte van haar aanbod aan buitenlandse en Europese berichtgeving. VRT Nieuws doet ook aan onderzoeksjournalistiek. Bij grote gebeurtenissen zal de VRT de kijker meer diepgaand informeren met extra achtergrond.

PAGINA		
	VRT Nieuws bracht voor alle Vlamingen een kwalitatief sterk aanbod van nieuws en duiding. Voor kinderen waren er specifieke actualiteitenmagazines op Ketnet: <i>Karrewiet</i> , <i>De week van Karrewiet</i> en <i>Karrewiet plus</i> . MNM en Studio Brussel brachten nieuwsuitzendingen die specifiek gericht zijn op hun jonge doelgroepen. MNM bood korte nieuwsvideo's (van Ninja-nieuws) via de sociale netwerken op maat van de jonge doelgroep.	60-63
OD17.1.	> Per dag luisterde gemiddeld 94,8% van de VRT-luisteraars in 2015 naar de nieuwsuitzendingen (norm: 80%). > Per dag keek gemiddeld 70,5% van de VRT-kijkers in 2015 naar een journaal of een duidingsprogramma (norm: 60%). > Het online-aanbod van de VRT-nieuwsdienst was te vinden op Deredactie.be.	63
OD17.2.	> In 2014 had de VRT-nieuwsdienst een nieuw plan over buitenlandberichtgeving en internationale duiding ontwikkeld. Vanaf 2015 werd dat plan toegepast. > De VRT-nieuwsdienst bood nieuws en duiding bij de gebeurtenissen in het buitenland. Dat deed ze in de journaals, de radionieuwsuitzendingen, via Deredactie.be en in afzonderlijke programma's (zoals <i>Vranckx</i> , <i>Panorama</i> en <i>Villa Politica</i> Europa). Uit interne metingen (op basis van steekproeven verspreid over het hele jaar) bleek dat in 2015 gemiddeld 35,5% van de items in <i>Het Journaal van 19 uur</i> over nieuws uit het buitenland ging.	62
OD17.3.	> VRT Nieuws had in 2012 een plan inzake onderzoeksjournalistiek opgemaakt. Dat plan bevatte de krachtlijnen van de aandacht voor onderzoek bij de VRT-nieuwsdienst. Het werd in 2015 toegepast. > VRT Nieuws maakte in 2015 11 eigen onderzoeksreportages voor <i>Panorama</i> (Canvas) (norm: 10). Ook in andere programma's op radio en televisie (zoals in <i>Koppen</i> (Eén) en <i>Volt</i> (Eén)) kwam onderzoeksjournalistiek aan bod.	62

Cultuur

SD18: De VRT informeert in de breedte en in de diepte over cultuur in Vlaanderen, en werkt hiervoor samen met een brede waaier aan culturele instellingen en mediapartners. De VRT kadert de Vlaamse cultuur internationaal en draagt bij tot de uitstraling van de Vlaamse culturele identiteit in het buitenland.

		PAGINA
OD18.1.	De VRT bewaakte de balans tussen verbreding en verdieping en tussen de populaire en de minder bekende cultuurvormen. Elk net programmeerde cultuurbijdragen op maat van zijn doelgroepen. De netten stemden onderling af om zo een grote diversiteit van doelpublieken te bereiken. Dat gebeurde wekelijks in de Centrale Cultuurcel waar netverantwoordelijken hun cultuurplannen op elkaar afstemden.	64-66
OD18.2.	<ul style="list-style-type: none"> De VRT bood in 2015 cultuurprogramma's aan op internationale festivals. Daarnaast werden concerten uitgewisseld met EBU-partners. De VRT leverde tot juni (einde van de samenwerking) ook elke maand cultuurprogramma's uit haar archief aan voor het programma <i>Vlaamse kaai</i> op Arte-Belgique (waarvan RTBF de zendingmachtigde is). Cobra.be en nadien Canvas.be brachten in 2015 samen 17 keer verslagen of documentaires van buitenlandse kunstenaars (norm: 12). Cobra.be bood in 2015 nog 3 keer een verslag van initiatieven van Vlaamse kunstenaars in het buitenland. 	28, 64-66
OD18.3.	<ul style="list-style-type: none"> De VRT werkte in 2015 voor haar cultuuraanbod inhoudelijk, productieel en communicatief samen met tal van cultuur- en mediapartners. De VRT-netten gingen daarbij uit van eigen redactionele keuzes en verantwoordelijkheden maar deden dat in een open dialoog met de cultuursector. Via mediaruilen verleenden de VRT-netten in 2015 advertentieruimte aan een diversiteit van cultuurpartners (zoals Boek.be, Cineart, Stormopkomst vzw, Break Away vzw en Het Symfonieorkest van Vlaanderen vzw). In 2015 waren er 11 crossmediale cultuurprojecten waaraan telkens verschillende netten deelnamen (in samenwerking met culturele partners) (norm: 10). Het interne productiehuis VRT Televisie leverde in 2015 eigen producties over cultuur en kunst (zoals <i>Hoera Cultuur!</i> (Canvas) en <i>Studio Flagey</i> (Canvas)). Het was ook de 'motor' voor crossmediale samenwerking met culturele partners. In 2015 werden de 'cultuursalons' ingevuld onder de vorm van een Focusgroep (waarbij VRT-managers dialogueerden met vertegenwoordigers uit het boekenvak), een erfgoedworkshop (met ongeveer 100 vertegenwoordigers uit de erfgoedsector) en een Cultuurinformatie-avond (georganiseerd door Canvas). 	28, 64-66

SD19: De VRT is het grootste podium voor en de grootste producent van audiovisueel cultuur- en kunstenaar in Vlaanderen. Registraties van voorstellingen, concerten en festivals vergroten hun toegankelijkheid. Met eigen evenementen en evenementen in samenwerking of in coproductie met derden, maakt de VRT kunst en cultuur aantrekkelijker voor een divers en breed publiek. De VRT documenteert het culturele erfgoed van Vlaanderen en is de hefboom voor kwaliteitsvolle en vernieuwende audiovisuele cultuurproductie.

		PAGINA
OD19.1.	<ul style="list-style-type: none"> Het gemiddelde waarderingscijfer voor de cultuurprogramma's¹¹⁰ op de VRT-televisienetten bedroeg in 2015 8,1 (op een schaal van 1 tot 10). Het gamma van cultuurprogramma's op de VRT-televisienetten was gevarieerd, zoals programma's over de podiumkunsten (bijvoorbeeld concerten van klassieke en moderne muziek), over de beeldende kunsten, films, Vlaamse fictie, e.d. Met haar cultuurprogramma's op televisie bereikte de VRT wekelijks gemiddeld 39,9% van de Vlaamse bevolking (norm: 25%). In de hoofdjournaals (<i>Het Journaal van 13 uur, 19 uur en Laet</i>) zaten er in 2015 in totaal 674 cultuuritems (norm: 200). (Items die in meerdere journaals herhaald werden, worden als een item geteld.) De VRT besteedde gepaste aandacht aan belangrijke herdenkingsmomenten in de Vlaamse en wereldgeschiedenis. Dat deed ze in items in tal van nieuws- en andere programma's en in specifieke programma's (zoals de uitzending van de 30.000ste editie van <i>The Last Post</i> in Ieper). 	64-66
OD19.2.	<ul style="list-style-type: none"> De afstemming van het culturele aanbod gebeurde in 2015 in de Centrale Cultuurcel (zie OD18.1). De VRT-netten maakten promotie voor het cultuuraanbod van het eigen net en de andere netten. De VRT promoveerde haar cultuuraanbod ook via de communicatieplatformen van sommige culturele partners. De VRT investeerde in betrouwbare cultuuraanbieders (zoals Ward Verrijcken en Annemie Tweepenninckx). Zij hebben een duidelijke VRT-signatuur en zijn ook erkende autoriteiten in hun cultuurdomein. 	64-66
OD19.3.	<ul style="list-style-type: none"> Enkele netten hadden vaste (wekelijkse) afspraken met de cultuurliefhebber. Deze programma's volgden veelal de culturele agenda en werden vooral in het cultuurseizoen uitgezonden. Enkele voorbeelden uit 2015: <i>Pompidou</i> (Klara, met een culturele gast), <i>Bar du matin</i> (Radio 1, met drie uur lang cultuuritems) en <i>Hoera Cultuur!</i> (Canvas, magazine over de culturele actualiteit). De radionetten organiseerden elk minstens één evenement dat een cultureel thema of een muziekgenre toegankelijker maakte voor een breed publiek, zoals <i>De Radio 1-sessies</i> (Radio 1), <i>Een thuis voor een beeld</i> (Radio 2), het <i>Klarafestival</i> (Klara), <i>De nieuwe lichte</i> (Studio Brussel) en <i>Start to dj</i> (MNM) (norm: 1 per net). Cobra.be had in 2015 vijf tijdelijke interactieve projecten waarin de mediagebruiker participeerde met eigen aanbod: <i>Gedichtendag</i>, <i>Cobra's Classic Battle</i>, <i>De zes/les six</i>, <i>Publieksprijs van de Internationale Muziekwedstrijd Koningin Elisabeth van België</i> en het <i>Mount Olympus-twitterproject</i>. Canvas.be had een extra interactief project (<i>#dezinvan</i>). (norm: 5) Ketnet had verschillende programma's over cultuur, zoals <i>Kapitein Winokio's grote notenboot</i> (een programma dat via muziek vragen van kinderen beantwoordde) en <i>Symfolies</i> (een animatiereeks die kinderen in contact liet komen met klassieke muziek). Ook in <i>Karrewiet</i> was er regelmatig aandacht voor culturele onderwerpen. 	64-66

¹¹⁰ Audio- of audiovisuele programma's, producten en bijdragen over podiumkunsten (waaronder onder meer opera, ballet, concerten van klassieke en moderne muziek, folk, kleinkunst, theater, circus, cabaret, enzovoort), volkscultuur (materieel en immaterieel erfgoed), amateurkunsten, kunstuitingen uit het socio-culturele veld, beeldende kunsten, humane wetenschappen (literatuur, taal, geschiedenis), mode en design, architectuur en urbanisme, cultureel en culinair toerisme, en over cultuuruitingen van andere volkeren en/of gemeenschappen. Film (cinefiele film, kortfilm, waarheidsgetrouwe verfilmingen of tv-registraties van werken uit Vlaamse, Nederlandse of de wereldliteratuur en filmklassiekers. Kwalitatief hoogstaande Vlaamse fictie.

OD19.4.	<ul style="list-style-type: none"> De VRT registreerde 29 Vlaamse voorstellingen, concerten of festivals voor uitzending op een van haar televisienetten (norm: 10). De VRT registreerde 251 concerten voor uitzending op de radionetten (norm: 200). Canvas investeerde in 2015 in de productie van onafhankelijke 'auteursgedreven' projecten en in producties met cultuur als onderwerp. Canvas zond verschillende auteursdocumentaires uit. Daarvan werden drie documentaires samen als een reeks uitgezonden (<i>Archibelge</i>) (norm: 1). Canvas zond 90 cinefiele films van nationale en internationale afkomst uit (norm: 52). Canvas bestelde 37 nieuwe documentaires over kunst en cultuur voor zijn programmaschema (norm: 15). <i>Off the Record</i> was een reeks waarin Belgische muzikanten platen voorstelden. De reportagereeks <i>Soundtrack</i> volgde vier Vlaamse muzikanten in Zuid-Afrika. De documentaire reeks <i>Archibelge</i> handelde over architectuur en ruimtelijke ordening in België. <i>De Nada</i> was een documentaire over de zoektocht van Daan Stuyven en Peter De Bruyne naar het niemandsland in Spanje. <i>De Canvasconnectie</i> portretteerde kunstenaars. Klara zond drie tot vier keer per week een live-concertopname uit binnen- of buitenland uit (de norm uit de beheersovereenkomst (1 per dag) werd bijgestuurd tot 3 à 4 per week). Dat gebeurde in onderlinge afspraak tussen de VRT en de minister van Media, mede als gevolg van de opgelegde besparingen voor 2015. Klara realiseerde vier coproducties: <i>Klara in deSingel</i>, <i>Klarafestival</i>, <i>Jazz Middelheim</i> en <i>Iedereen Klassiek</i> (norm: 2). 	64-66
---------	---	-------

Sport

SD20: De VRT biedt toegang tot een divers, kwalitatief en deontologisch verantwoord sportaanbod. De VRT draagt – in samenwerking met verschillende actoren uit de sportwereld – bij tot de uitstraling van Vlaamse sportevenementen, clubs en topsporters in binnen- en buitenland. De VRT verkent samenwerkingsmogelijkheden met andere actoren om zo de toegang van de kijker tot sport op open net te maximaliseren.

		PAGINA
OD20.1.	<ul style="list-style-type: none"> De sportverslaggeving gebeurde in live-uitzendingen, in samenvattingen, in de nieuwsuitzendingen op radio en televisie, op Sporza.be en via Teletext. Naast verslaggeving was er ruimte voor sportduiding en interviews. Het aanbod werd aangevuld met andere programma's over sport, zoals de reeks <i>Merci Merckx</i> (Eén, over de wielercarrière van Eddy Merckx). In het wekelijks sportmagazine <i>Sportweekend</i> (Eén) kwamen 44 verschillende sporten aan bod (norm: 30). Het sportaanbod op Radio 1 was ook divers (met verslagen van 30 sporten). <i>Extra time</i> (Canvas) was tijdens het voetbalseizoen een wekelijks magazine voor de voetballiefhebbers. De VRT evalueerde haar sportproductie dagelijks. Maandelijks overlegde het interne productiehuis VRT-Sport met de directie Media en Productie, waarvan de hoofdredacties deel uitmaken. 	67
OD20.2.	De sportredactie werkte volgens de deontologische code van de VRT-nieuwsdienst voor de bijdragen in de nieuwsuitzendingen en volgens het programmacharter voor de andere programma's.	68
OD20.3.	De kwaliteit van de sportprogramma's werd zorgvuldig bewaakt. De VRT hanteerde hoge normen inzake productieel en technische kwaliteit van de verslaggeving, waaronder verschillende EBU-richtlijnen.	68
OD20.4.	De VRT was in 2015 host broadcaster van de Memorial Van Damme, de Vlaamse wielerklassiekers, de thuiswedstrijden van de Rode Duivels (samen met RTBF), de wedstrijden van de Vlaamse voetbalclubs in de Europaleague, de thuiswedstrijden van de Belgische volleybalclubs in de Champions League, het Europees volleybalkampioenschap in Antwerpen, het wereldkampioenschap BMX in Zolder, de WK-finale korfbal in Antwerpen en de finale van de Davis Cup tennis in Gent.	68
OD20.5.	De VRT overlegde in december 2015 met Sport Vlaanderen, Topsport Vlaanderen en de Vlaamse Sportfederatie. Daarbij werd het VRT-sportaanbod geëvalueerd. De VRT had regelmatig overleg met diverse sportfederaties en organisatoren van sportevenementen.	67

SD21: De VRT draagt bij tot actieve sportbeoefening en biedt een brede kijk op sport en gezondheid

		PAGINA
OD21.1.	Verschiedende programma's hadden aandacht voor gezondheid en creatieve sport, zoals <i>Slijk</i> (Canvas), <i>Afspraak in Rio</i> (Eén) en <i>de Buitenspeeldag-actie</i> (Ketnet).	67

Educatie

SD22: In haar generalistisch aanbod brengt de VRT wetenschap- en educatieve programma's en items¹¹¹, op maat van het publiek.

		PAGINA
OD22.1.	<ul style="list-style-type: none"> Het gamma van educatieve programma's op de VRT-televisienetten was gevarieerd, zoals programma's over wetenschap en techniek, dieren en geschiedenis. Met educatieve programma's bereikten de VRT-televisienetten wekelijks gemiddeld 34,6% van de Vlaamse bevolking (norm: 25%). 	68
OD22.2.	<ul style="list-style-type: none"> De VRT bracht in 2015 maatschappelijke uitdagingen zoals klimaatverandering, biodiversiteit en milieu onder de aandacht in haar reguliere nieuws- en duidingsaanbod en andere programma's (bijvoorbeeld <i>Expeditie Aarde</i> (Eén) en <i>Ketnet Swipe Wetenschap redt de wereld</i> (Canvas)). De VRT-netten hadden aandacht voor de vermaatschappelijking van de zorg, de implicaties van de vergrijzing en het proces van zorgvernieuwing. Dat gebeurde in verschillende programma's, zoals <i>Het Journaal</i> (Eén) en <i>Terzake</i> (Canvas) en <i>Iedereen beroemd</i> (Eén). 	68
OD22.3.	De VRT volgde in 2015 het beleid van de Vlaamse regering over wetenschaps- en innovatiecommunicatie. In het kader van het actieplan Richting Morgen overlegde de omroep met de STEM ¹¹² -stakeholders. Dat leidde tot het pilootproject <i>Op zoek naar Fibonacci</i> voor kinderen en jongeren met aandacht voor de STEM-studierichtingen en –beroepen. (Het project werd stopgezet wegens een gebrek aan middelen.)	68

¹¹¹ De programma's die onder deze noemer vallen, zijn te typeren als documentaires en magazines over wetenschap & techniek, geneeskunde, natuur, dieren, geschiedenis, programma's met praktische weetjes (kook-, tuin- en woonprogramma's) en didactische Ketnet-programma's.

¹¹² STEM staat voor Science – Technology – Engineering – Mathematics en bundelt de grootste groep aan technologische en exacte wetenschappen.

SD23: De VRT draagt in het verlengde van haar educatieve opdracht bij tot de mediawijsheid van de Vlaming.

		PAGINA
OD23.1.	Versillende programma's (bijvoorbeeld Volt (Eén) en De madammen (Radio 2)) hadden aandacht voor de werking van de media en de mogelijkheden en risico's van mediatoepassingen.	69
OD23.2.	<ul style="list-style-type: none"> > De VRT werkte actief samen met diverse spelers rond mediawijsheid. Zo stelde de VRT audiovisueel materiaal ter beschikking van het project Nedbox van de KULeuven (een digitaal platform om anderstaligen te helpen Nederlands te leren) en aan de Mediabank (van Mediawijs.be). > De VRT volgde een actieplan mediawijsheid (ontwikkeld in 2012) waarin er aandacht ging naar mediawijsheid in de algemene programmering en in participatieve projecten voor doelgroepen (kinderen, jongeren en digitale inwijkelingen). De VRT gaf kansen aan deze groepen om zelf te experimenteren met mediacreatie. 	69
OD23.3.	<p>De VRT realiseerde een aantal participatieve projecten m.b.t. mediawijsheid.</p> <ul style="list-style-type: none"> > Ketnet.be is een veilige omgeving voor kinderen waar ze op een veilige manier leren omgaan met de nieuwe media en sociale netwerken. Ketnet stelde zich daarbij op als coach en moderator en betrok ook de ouders daarbij. > In 2015 waren er verschillende participatieve projecten voor kinderen i.v.m. media, zoals de <i>Ketnet Jr.-app</i> en <i>Ketnet Stambos</i> (norm: 2). > In 2015 waren er verschillende participatieve projecten voor jongeren i.v.m. media, zoals <i>GenerationM.be</i> (MNM) en de <i>Studio Dada</i> (Studio Brussel) (norm: 2). > In 2015 was de VRT partner van Nedbox, een online platform voor het leren van Nederlands voor anderstalige nieuwkomers van het Centrum voor Taalonderricht van KULeuven. (norm: 1). > De VRT ondersteunde urban radio-initiatieven (zoals STRAK FM). > De VRT werkte samen met het Agentschap Onderwijscommunicatie van het Departement Onderwijs voor het mediaplatform Ingebeeld. 	69
OD23.4.	De VRT volgde in 2015 het beleid van de Vlaamse regering over mediawijsheid. Zij overlegde onder andere met Mediawijs.be, het Vlaamse Kenniscentrum voor Mediawijsheid, het Departement Onderwijs en het Vlaams Instituut voor Audiovisuele Archivering.	69

PRODUCTIESTRATEGIE

SD24: De VRT stelt jaarlijks haar productiestrategie vast.

		PAGINA
OD24.1.	In 2009 definieerde de VRT de krachtlijnen van haar productiestrategie, waarbij een sterk intern productiehuis als uitgangspunt gedefinieerd werd. De uitwerking ervan voor 2015 werd opgenomen in het ondernemingsplan van de VRT dat door de Raad van Bestuur goedgekeurd werd. (Aangezien geen meerjarenplan opgesteld werd, kon de productiestrategie er ook geen deel van uitmaken.) Naar aanleiding van het afsluiten van een nieuwe beheersovereenkomst (2016-2020) werd de productiestrategie herbekeken. De aangepaste strategie is van toepassing vanaf 2016.	

SD25: De VRT beschikt over een sterk intern productiehuis.

		PAGINA
OD25.1.	<ul style="list-style-type: none"> > De nieuws- en duidingsprogramma's werden intern geproduceerd. (norm: 100%) > De VRT produceerde 100% van de uitgezonden radioprogramma's zelf (norm: 90%). > De externe productiehuisen produceerden 33,9% van de televisieprogramma's (basis televisieproductiebudget) (norm: ten minste 25%). 66,1% werd intern gemaakt (norm: maximaal 75%)¹¹³ <p>Het interne productiehuis leverde tal van kwalitatieve programma's voor VRT-radio, -televisie en -online en dat in verschillende genres van fictie tot magazines (zoals het cultuurprogramma <i>Hoera cultuur!</i> (Canvas), het consumentenprogramma <i>Voor hetzelfde geld</i> (Eén) en de sportprogramma's).</p>	87

SD26: De VRT draagt bij tot een sterke Vlaamse audiovisuele productiesector.

		PAGINA
	<p>De VRT ondersteunde de Vlaamse media-industrie op verschillende manieren:</p> <ul style="list-style-type: none"> > via rechtstreekse productiebestellingen bij onafhankelijke productiehuisen; > via preferentiële partnerschappen met enkele onafhankelijke productiehuisen; > via participaties in onafhankelijke productiehuisen (in 2015: De Chinezen); > via ontwikkelingsgelden; > via coproducties; > via bestellingen bij facilitaire bedrijven; > via de samenwerking met het Vlaams Audiovisueel Fonds; > door samen te werken met Vlaamse start-ups en kmo's. 	89
OD26.1.	Zie OD25.1.	87
OD26.2.	<ul style="list-style-type: none"> > De VRT had geen exclusiviteitscontracten met onafhankelijke productiehuisen. > Ze had met vier productiehuisen wel preferentiële partnerschappen (dat betekent dat de VRT met hen een langdurige overeenkomst had lopen, ze konden wel produceren voor andere omroepen). > Op basis van ingezonden programmavoorstellen of uitgaande van open briefings met transparante criteria werden aan externe productiehuisen producties toegewezen. > Met sommige schermgezichten had de VRT een langdurige overeenkomst. 	89
OD26.3.	De VRT zette coproducties op met externe productiehuisen rond de genres fictie, documentaire en animatie. Zie OD27.2.	90

¹¹³ Onder het financiële luik wordt de verhouding interne versus externe programma's eveneens gerapporteerd, maar gebaseerd op het uitzendschema.

SD27: De VRT draagt bij tot de uitstraling van de Vlaamse identiteit.

		PAGINA
OD27.1.	Het aandeel van de Vlaamse televisieproducties en van de coproducties bedroeg 68,3% van de totale output op Eén en Canvas, uitgezonden tussen 18 uur en 23 uur (ten opzichte van 72,9% in 2014) (norm: 65%).	90
OD27.2.	In 2015 verleende het Vlaams Audiovisueel Fonds (Mediafonds) financiële steun aan verschillende Vlaamse televisieproducties voor de VRT. Deze televisieproducties werden met steun van het VAF gerealiseerd door Vlaamse onafhankelijke productiehuisen.	90

SD28: De VRT hanteert het begrip van "maatschappelijk verantwoord ondernemen" in haar contractuele relaties met de externe productiehuisen en leveranciers en stimuleert hierdoor ook eerlijke concurrentie binnen de sector.

		PAGINA
OD28.1.	De VRT paste de wetgeving op overheidsopdrachten strikt toe en hanteerde op die manier marktconforme tarieven. Voor specifieke dossiers of raamovereenkomsten werkte de VRT steeds met marktraadplegingen (aanbestedingen of offerteaanvragen). Omdat daarbij duidelijke selectie- en gunningscriteria werden geformuleerd, konden de prijzen van de inschrijvers vergeleken worden en konden de toewijzingen correct gebeuren.	91
OD28.2.	In alle contracten met externe productiehuisen en leveranciers werden in 2015 'Algemene Voorwaarden' opgenomen die de toepassing van de geldende sociale wetgeving bedingen en de naleving van de principes van maatschappelijk verantwoord ondernemen.	91
OD28.3.	In 2013 werd reeds het Sociaal Charter voor de audiovisuele sector door omroepen, koepelorganisaties, mediavakbonden en beroepsverenigingen ondertekend. De partners van Mediarte werkten in 2015 aan de ontwikkeling van een stressenquête voor de werknemers in de audiovisuele sector.	112
OD28.4.	De 'Algemene Voorwaarden' (die na overleg met de Vlaamse Onafhankelijke Televisie-Productanten in 2011 tot stand kwamen) bleven in 2015 van kracht voor alle externe producties waarvoor een productieovereenkomst werd afgesloten. Naast algemene en operationele bepalingen bevatten de 'Algemene voorwaarden' een rechtenregeling bij externe producties. De conceptrechten en de (niet-)audiovisuele exploitatierechten op deze producties werden in de Algemene Voorwaarden verduidelijkt. De daaraan verbonden inkomstenverdeling werd bepaald via een waarderingsmatrix met een aantal parameters. Voor elke overeenkomst werd een positionering in de waarderingsmatrix bepaald, zodat ook de verdeelsleutel met betrekking tot de inkomsten bekend was voor elke productie.	91
OD28.5.	<ul style="list-style-type: none"> > De VRT draagt de eindverantwoordelijkheid over haar programmering en vrijwaart de redactionele onafhankelijkheid van de programma's. > Zowel in het beleidskader voor samenwerkingen voor de radioprogramma's als in het beleidskader m.b.t. institutionele financiering voor televisieprogramma's wordt de nadruk gelegd op redactionele onafhankelijkheid. > Bij institutionele financiering waakte de VRT er zorgvuldig over dat de producties onafhankelijk en redactioneel autonoom werden gemaakt en dat het VRT-programmacharter werd nageleefd. Om die reden moeten samenwerkingsovereenkomsten van externe producenten met institutionele partners ter medeondertekening voorgelegd worden aan de VRT. Als productplacement in televisieprogramma's van externe productiehuisen voorkomt, moet de VRT die goedkeuren. > In de overeenkomsten die de VRT zelf aangaat met institutionele partners of met adverteerders m.b.t. productplacement, wordt de redactionele autonomie duidelijk opgenomen. 	112

CREATIVITEIT EN EFFICIËNTIE

SD29: De VRT ontwikkelt een duidelijk HR-beleid, waarin het respect voor en de opleiding en ontwikkeling van de medewerkers en een talentbeleid om creatief talent aan te trekken, in te zetten, te ontwikkelen en te behouden, centraal staan.

		PAGINA
	De visie en de missie van de HR-directie focusten op het talent en de creativiteit van de medewerkers. De HR-directie probeert in te spelen op de HR-noden en de behoeften van de verschillende VRT-afdelingen. De HR-directie richtte een zogenaamd mobiliteitscentrum op. Het coördineerde voortaan de interne personeelsverschuivingen. In het licht van de (digitale) uitdagingen van de VRT vond de omroep het belangrijk om interne competenties in kaart te brengen en verder te laten ontwikkelen.	94
OD29.1.	Het HR-plan beschreef per directie de prioriteiten op verschillende vlakken, zoals het verwerven van competenties, opleiding en ontwikkeling en interne mobiliteit.	94
OD29.2.	Het beleid op het gebied van talentontwikkeling (bijvoorbeeld met coaching), leiderschapsontwikkeling (bijvoorbeeld met 360°-feedback), loopbaanbegeleiding en mobiliteit werd voortgezet. Daarnaast zette de VRT vanaf 2015 het leerplatform Lynda.com in. De medewerkers konden hun kennis ook uitbreiden door deel te nemen aan informatiesessies en workshops (onder andere over digitale media(productie)).	94
OD29.3.	Het successieplan (dat in 2013 werd ontwikkeld) voor medewerkers met specifieke competenties en experts werd opgevolgd.	
OD29.4.	De tijdelijke en variabele vergoedingen werden in 2015 in kaart gebracht. In 2016 zal het systeem vereenvoudigd worden en in het loonbeleid geïntegreerd worden.	

SD30: Het HR-beleid is duurzaam en sociaal.

		PAGINA
	De aandacht voor het sociaal welzijn van de medewerkers kwam in 2015 op verschillende manieren tot uiting, o.a. door de organisatie van een tevredenheidsenquête bij het personeel en de opvolging ervan.	96
OD30.1.	Het wekelijkse "formeel" sociaal overleg werd ondersteund met "informele" overlegmomenten tussen het hoofd Sociaal Overleg van de VRT en de vertegenwoordigers van de vakorganisaties. Die laatste zijn ook vertegenwoordigd in BOC PBW, vzw Sociale Werken, Stuurgroep Werkreglement, Werkgroep Arbeidsbeleving en in diverse ad hoc werkgroepen.	96
OD30.2.	De VRT had oog voor het evenwicht tussen werk en vrije tijd van haar medewerkers. <ul style="list-style-type: none"> > 22,3% van de medewerkers (516 personen) namen deel aan telewerken: 407 medewerkers werkten geregeld thuis, 39 op een satellietkantoor en 70 thuis én in een satellietkantoor. (vergelijkingsbasis: 2.313 actieve personeelsleden) > 22,6% van de medewerkers (522 personen) werkte deeltijds: 281 onder hen in de vorm van een loopbaanonderbreking en 241 in de gewone deeltijdse formule. (vergelijkingsbasis: 2.313 actieve personeelsleden) > 12,3% van de medewerkers (311 personen) nam een of andere vorm van loopbaanonderbreking: 281 onder hen in een deeltijdse formule en 30 personen namen voltijdse loopbaanonderbreking. (vergelijkingsbasis: 2.524 personeelsleden (inclusief personeelsleden met loopbaanonderbreking, ambtsopheffingen, ambtsontheffingen, gedetacheerden en statutaire personeelsleden van vzw Vlaams Omroeporkest en kamerkoor)). 	

SD31: De VRT zorgt dat de samenstelling van haar personeelsbestand in lijn ligt met de Vlaamse maatschappelijke diversiteit.

		PAGINA
OD31.1.	<ul style="list-style-type: none"> > In 2015 nam de VRT verschillende initiatieven om de diversiteit in haar personeelsbestand te verbeteren, zoals overleg met GOB's en extra aandacht voor diversiteit bij de toewijzing van schoolstages. > In haar Actieplan Diversiteit (zoals opgenomen in haar Ondernemingsplan) formuleerde de VRT initiatieven om de diversiteit onder de medewerkers te verhogen, zoals ervaringsstages en het organiseren van speeddates. > Voor de realisatie van haar actieplan werkte de VRT samen met de relevante belangenorganisaties. > Uit eigen monitoring blijkt dat eind 2015 2,9% van de medewerkers een migratieachtergrond had (op een totaal van 2.313 personeelsleden). De doelstelling uit de beheersovereenkomst (ten minste 4%) werd niet gehaald. De oorzaak van het te lage aandeel is het feit dat de VRT binnen de marges van haar aanwervingsbeleid onmogelijk het vooropgestelde streefcijfer kan halen binnen de vier jaren van de beheersovereenkomst. > In 2015 was 1,2% van het personeelsbestand een persoon met een arbeidsbeperking. Dat aandeel is gebaseerd op het cijfer dat via vrijwillige registratie tot stand kwam in 2012, aangevuld met het aantal nieuwe medewerkers die een arbeidsbeperking hebben en het aantal medewerkers die een arbeidsbeperking kregen in 2013, 2014 en 2015. De doelstelling uit de beheersovereenkomst (ten minste 1,5%) werd niet gehaald. De oorzaak van het te lage aandeel is het feit dat de VRT binnen de marges van haar aanwervingsbeleid onmogelijk het streefcijfer kan halen binnen de vier jaren van de beheersovereenkomst. > Eind 2014 was 39,0% van de medewerkers een vrouw (streefcijfer: 40%). Bij de managers was 22,0% een vrouw (streefcijfer: 33%). De doelstellingen uit de beheersovereenkomst werden met andere woorden niet gehaald. De oorzaak van de te lage aandelen is het feit dat de VRT binnen de marges van haar aanwervingsbeleid onmogelijk deze streefcijfers kan halen binnen de vier jaren van de beheersovereenkomst. > Elf personen (nieuwe Vlamingen en personen met een beperking) kregen een bezoldigde opleidingsstage (een persoon volgde een andere persoon op die vervroegd de stage afbrak) (norm: 10). Drie personen die in 2014 een ervaringsstage volgden, kregen in 2015 een contract als uitzendkracht 	97

SD32: De VRT zal de diversiteitscompetentie onder de medewerkers verhogen als middel en hefboom om de doelstellingen m.b.t. diversiteit te halen.

		PAGINA
OD32.1.	<ul style="list-style-type: none"> > Programmamedewerkers, producers, regisseurs en eindredacteuren konden een workshop diversiteitscoaching volgen. > Leidinggevenden en mentoren van stagiairs konden een workshop 'omgaan met diversiteit in een team' volgen. > Verschillende medewerkers met een migratieachtergrond volgden een logopedietraining en/of een research- en een interviewopleiding. 	99

SD33: De VRT is een efficiënte organisatie, die kostenbewust omgaat met de door de overheid toegekende middelen.

		PAGINA
OD33.1.	<ul style="list-style-type: none"> > <i>Marktconforme tarieven</i> De VRT hanteerde marktconforme tarieven. De duidelijke selectie- en gunningscriteria zijn een instrument in de correcte toewijzing van <i>marktraadplegingen (aanbestedingen of offerteaanvragen) voor specifieke dossiers of raamovereenkomsten.</i> > <i>Design-to-value</i> De VRT vergeleek in 2012 de waarde van de programma's (intern en extern geproduceerd), voor elk net, binnen een bepaald tijdslot, voor een bepaald genre. Op deze manier kon de VRT objectieve kwaliteits- en prijsnormen hanteren in het geven van briefings en het plaatsen van bestellingen. Zo kwamen ook de budgetten voor externe producties in lijn te liggen met die van interne programma's. De benchmarks die in 2012 bepaald werden, bleven in 2015 nog grotendeels overeind. Er was geen noodzaak om die te actualiseren. De VRT nam wel verschillende initiatieven die aansloten bij deze benchmarks. <ul style="list-style-type: none"> - In het najaar van 2014 vergeleek de VRT de kostprijs van interne en externe producties. Per programma werden beide productiebronnen met elkaar vergeleken op basis van de gemiddelde kosten van een uitzenduur op Eén. Algemeen werd vastgesteld dat de kostprijs per uitzenduur van een interne productie gemiddeld goedkoper was dan van een externe productie omwille van de hogere interne volumeproducties vooral voor de nieuws- en sportprogramma's (die intern worden gemaakt). Als de nieuws- en sportprogramma's niet worden meegerekend zijn de interne en externe producties met elkaar vergelijkbaar qua kostprijs. - De kostprijs van programma's vormen voor omroepen strategische en concurrentieel vertrouwelijke informatie. Daardoor is het voor de VRT niet haalbaar om zicht te krijgen op de kostprijs van programma's bij andere Vlaamse omroepen. In 2015 voerden de VUB, UA en KU Leuven, in opdracht van de Vlaamse Regering en het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media van de Vlaamse Gemeenschap een benchmarkstudie uit: Benchmark van de publieke omroep in Europa: een analyse van het aanbod, financiering en publieksbereik. Daaruit bleek dat de VRT qua budget per inwoner de op twee na goedkoopste openbare omroep was, in vergelijking met de onderzochte omroepen uit de studie (omroepen die vergelijkbaar zijn met de Vlaams openbare omroep) (op basis van gegevens van 2013). - Door het samenvoegen van de Directies Media en Productie in 2015, zit de kennis over de externe markt en de interne productie gecentraliseerd binnen elk net. De kennis over marktconforme prijzen van programma's (per programmaslot en -genre) van het netmanagement neemt daardoor toe. Tegelijk kunnen de interne en externe productiebudgetten nauwer opgevolgd worden. 	100
OD33.2.	In 2014 is het Charter Deugdelijk Bestuur geëvalueerd. De eerstvolgende tweejaarlijkse zelfevaluatie was voorzien voor januari 2016.	118
OD33.3.	De VRT had op 31 december 2015 2.313 actieve personeelsleden of 2.162,6 voltijdse equivalenten (volgens Beheersovereenkomst 2012-2016: maximaal: 2.338,2 VTE).	96

TOEGEVOEGDE OPDRACHTEN

ONDERZOEK EN INNOVATIE

SD34: VRT Onderzoek & Innovatie doet strategisch en industrieel basisonderzoek op middellange termijn in de domeinen van de creatie, beheer, distributie en consumptie van radio- en televisie-inhoud. De VRT werkt hierbij samen met actoren in het Vlaamse medialandschap (omroepen, uitgevers, academische partijen, overheid, ...).

		PAGINA
OD34.1.	<ul style="list-style-type: none"> > De VRT hanteerde het meerjarenplan voor onderzoek & innovatie uit 2014 met daarin een onderbouwd onderzoeksprogramma voor de periode 2014-2016. De VRT werkte samen met IWT, de iMinds-groepen, SMIT (VUB), MiX, CUO (KULeuven), iLab.o. > De VRT stelde de resultaten en kennis van haar strategisch en industrieel basisonderzoek ter beschikking van het MiX en andere actoren van het Vlaams medialandschap. 	104
OD34.2.	<ul style="list-style-type: none"> > De VRT organiseerde twee workshops omtrent innovatie (norm: 2): <i>Media Fast Forward</i> (over de toekomst van de media) en het <i>Creative Circle</i>-evenement. > De VRT onderhield een website over Onderzoek & Innovatie bij de VRT. Innovatie.VRT.be gaf een overzicht van onderzoeks- en innovatie-activiteiten van de VRT en de status van de lopende projecten. In het kader van de internationale samenwerking onderhield de VRT ook een Engelstalige versie (Innovation.VRT.be). 	105

SD35: VRT Onderzoek & Innovatie werkt samen met EBU en met leden van EBU in Europese projecten in de context van strategisch en industrieel basisonderzoek.

		PAGINA
OD35.1.	VRT Onderzoek & Innovatie participeerde in de expertgroepen en in het EBU Technical Committee, het sturende orgaan van EBU Technical.	104
OD35.2.	VRT Onderzoek & Innovatie werkte samen met andere EBU-leden aan drie Europese projecten. Empathic was een project rond contextgebaseerde mediatoepassingen. ICoSOLE was een project rond de immersieve beleving van live-evenementen. Immersia was een project over het toepassen van virtuele realiteit in een omroepcontext.	104

ARCHIEF

SD36: Het VRT-archief maakt deel uit van het Vlaamse audiovisuele erfgoed. De VRT speelt een belangrijke, actieve rol bij de conservering, digitalisering en annotatie van dit waardevol historisch archief.

		PAGINA
OD36.1.	De VRT en het Vlaams Instituut voor Audiovisuele Archivering (VIAA) hebben een samenwerkingsovereenkomst (zie OD36.2). (Deze operationele doelstelling is door de oprichting van het VIAA en deze samenwerkingsovereenkomst, niet meer van toepassing.)	108
OD36.2.	De VRT heeft een samenwerkingsovereenkomst met VIAA waarbij VIAA verantwoordelijk is voor de conservering, digitalisering en basisannotatie van het resterende deel van het historische VRT-archief. De VRT heeft een vertegenwoordiger in de Raad van Bestuur van VIAA en bepaalt zo mee de strategische oriëntaties. Met VIAA werden afspraken gemaakt over het inzetten van VRT-archivarissen en de valorisatie van de digitaliseringsinfrastructuur van de VRT. De VRT blijft eigenaar van het door haar ingebrachte materiaal.	108
OD36.3.	Niet van toepassing. (Deze OD werd opgenomen in de beheersovereenkomst voor het geval dat VIAA niet opgericht zou worden.)	

PUBLIEKE MEERWAARDE EN KWALITEIT

SD37: De VRT profileert zich als een kwaliteitsomroep. Het volledige aanbod van de VRT moet worden gekenmerkt door kwaliteit, zowel naar inhoud, naar vorm als naar taalgebruik. De VRT heeft een model uitgewerkt om de verschillende aspecten van kwaliteit in kaart te brengen, op te volgen en te evalueren: de kwaliteitskaart.

		PAGINA
	<ul style="list-style-type: none"> > De VRT had een geïntegreerd kwaliteitssysteem. Het systeem laat de VRT toe om de kwaliteit van de omroepactiviteiten permanent samen te brengen, te evalueren en te verbeteren. Centraal in dit kwaliteitssysteem staat de kwaliteitskaart. De VRT bekijkt kwaliteit vanuit drie oogpunten: publieke meerwaarde (publieke en ethische kwaliteit), functionele kwaliteit en operationele kwaliteit. De diverse componenten ervan worden telkens gemeten aan de hand van concrete indicatoren. > In dit jaarverslag wordt ingegaan op de verschillende componenten van de publieke meerwaarde en de functionele en operationele kwaliteit. 	14-16
OD37.1.	<ul style="list-style-type: none"> > Elders in dit jaarverslag wordt ingegaan op de componenten van de publieke kwaliteit (de mate waarin het VRT-aanbod tegemoetkomt aan de noden van de maatschappij): <ul style="list-style-type: none"> - Diversiteit: zie SD2, OD2.1-3 - Betrouwbaarheid - Maatschappelijke impact: zie SD6, OD6.1-2, SD7, OD7.1-4 - Onderscheidend aanbod - Innovatie: zie OD3.4.1-2, OD3.5.1-2 - Vlaamse verankering: zie SD9, SD26 en SD27 > De VRT bewaakte de publieke meerwaarde onder andere aan de hand van <i>Het redactiestatuut met inbegrip van de deontologische code voor journalisten van de VRT</i>, <i>Het programmacharter</i>, <i>Het charter diversiteit</i>, <i>Het taalcharter</i>, de richtlijnen rond commerciële communicatie en productplaatsing en interne en externe studies. 	14-15
OD37.2.	<ul style="list-style-type: none"> Elders in dit jaarverslag wordt ingegaan op de componenten van de functionele kwaliteit (de mate waarin het VRT-aanbod tegemoetkomt aan de wensen van de mediagebruiker): <ul style="list-style-type: none"> > Bereik: OD4.1-3 > Waardering (waarderingcijfers, feedback van klanten (o.a. via de sociale media)) > Tevredenheid 	17, 76-81
OD37.3.	<ul style="list-style-type: none"> De operationele kwaliteit is de mate waarin het aanbod op een professionele en kostenefficiënte manier tot stand komt. De operationele kwaliteit valt uiteen in drie componenten: <ul style="list-style-type: none"> > de productonuele kwaliteit > de professionele kwaliteit > de kostenefficiëntie Elders in dit jaarverslag wordt ingegaan op de componenten van de operationele kwaliteit. 	16, 82-83
OD37.4.	De VRT had een geïntegreerd kwaliteitssysteem waarin de verschillende onderdelen van maatschappelijke relevantie en operationele en functionele kwaliteit zijn opgenomen. Het systeem werd voor het jaar 2015 toegepast.	14-16

DUURZAAM ONDERNEMEN

SD38: De VRT doet aan duurzaam ondernemen en draagt zo bij in de vermindering van broeikasgassen, de versterking van de biodiversiteit en een betere milieukwaliteit.

		PAGINA
OD38.1.	<ul style="list-style-type: none"> > De VRT promoot het duurzaam omgaan met energie zowel op de werkplek als thuis. De VRT voerde informatie- en sensibiliseringscampagnes, zoals: <ul style="list-style-type: none"> - De VRT nam deel aan Dikketruiendag en voerde zo campagne rond bewust omgaan met verwarming - De VRT doofde de verlichting van de VRT-toren in het kader van de WWF-actie Earth Hour. > De VRT informeerde haar medewerkers ook over aspecten van het maatschappelijk verantwoord ondernemen. 	113
OD38.2.	In het ondernemingsplan van de VRT werden acties geformuleerd over het milieu om de ecologische voetafdruk van de omroep en die van de medewerkers te beperken.	113

FINANCIËLE RESULTATEN

SD39: De vrijwaring van een gezonde financiële positie is voor de VRT een absolute noodzaak.

		PAGINA
OD39.1.	De VRT sloot het boekjaar af met een overschot van 4,9 miljoen euro. Om met het resultaat uit de beheersovereenkomst te kunnen vergelijken, moet er abstractie gemaakt worden van het resultaat voor Onderzoek & Innovatie (een tekort van 0,6 miljoen euro), en het resultaat met betrekking tot de nieuwbouw (een tekort van 50.000 euro). Het tekort met betrekking tot de nieuwbouw bestond enerzijds uit de waardevermindering op het omroepcentrum (-950.000 euro) en anderzijds de besparingen op de afschrijvingen omwille van de nieuwbouw (+900.000 euro). Na aftrek van deze posten bedroeg het overschot 5,5 miljoen euro. Dat resultaat was 0,5 miljoen euro beter dan voorzien in de beheersovereenkomst, waar voor 2015 een overschot van 5,0 miljoen euro was gebudgetteerd. In 2012 lag het resultaat 3,6 miljoen euro hoger dan voorzien in de beheersovereenkomst, in 2013 was het resultaat 0,8 miljoen euro beter dan voorzien en in 2014 was dit 2,8 miljoen euro beter. Cumulatief gezien sloot de VRT deze beheersovereenkomst voor de jaren 2012-2015 af met een cumulatief resultaat dat 7,7 miljoen euro beter is dan in de beheersovereenkomst gepland.	124
OD39.2.	De solvabiliteitsratio bedraagt eind 2015 60,9% (norm: 30%).	
OD39.3.	Het eigen vermogen van de VRT was eind 2014 gelijk aan 214,8 miljoen euro (norm: minimaal 120 miljoen euro).	126
OD39.4.	De VRT heeft een plan uitgetekend voor een verbeteringstraject dat de openbare omroepopdracht na 2013 vrijwaart. Dat plan werd in het Meerjarenplan 2013-2015 beschreven. Het plan werd door de Raad van Bestuur goedgekeurd op 2 juli 2012. Eén van de thema's van het plan was 'meer middelen voor aanbod', waarin gefocust wordt op structurele efficiëntieverhoging. Als gevolg van de besparingen bij de Vlaamse overheid werd vanaf 2015 aan de VRT een nieuwe dotatievermindering opgelegd die oploopt van 15 miljoen euro in 2015 tot 29,5 miljoen euro in 2019. Daarnaast zijn er ook horizontale besparingen (desindexering van de dotatie, dotatie Onderzoek & Innovatie en financiering vergrijzingskosten) die de totale besparingsopdracht van de VRT verder kan doen oplopen. De VRT zoekt dan ook continu verder naar manieren om efficiënter te werken. Samen met de realisatie van structurele besparingen moet dat er voor zorgen dat de VRT financieel gezond blijft.	

SD40: De VRT heeft oog voor het ESR-vorderingensaldo van de Vlaamse overheid.

		PAGINA
OD40.1.	<ul style="list-style-type: none"> > In de begroting 2015, opgesteld naar aanleiding van de begrotingsaanpassing, was er een tekort van 8,0 miljoen euro voorzien. > De uitvoering van de ESR-begroting sloot af met een overschot van 8,3 miljoen euro, of 16,3 miljoen euro beter dan gebudgetteerd. Dit beter resultaat is voornamelijk het gevolg van hogere ontvangsten uit commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut (excedent van 4,7 miljoen euro), lagere uitgaven op de personeelsbegroting, overschotten op het budget voor sportrechten, lagere uitgaven voor investeringen en het niet aanwenden van het budget voor de herstructureringskosten. > Het ESR-vorderingensaldo bedroeg in de begroting -277,3 miljoen euro. In werkelijkheid bedroeg het vorderingensaldo in 2015 -260,8 miljoen, wat 16,5 miljoen euro beter was dan geraamd. Dit is het rechtstreekse gevolg van het betere ESR-jaarresultaat. 	122

OPVOLGING, RAPPORTERING EN EVALUATIE

SD41: De openbare omroep hanteert een open communicatie met de Vlaamse Regering, het Vlaams Parlement, de Raad van Bestuur, de Vlaamse Regulator voor de Media, het publiek, de vakbonden en de medewerkers.

		PAGINA
OD41.1.	<ul style="list-style-type: none"> > De VRT hanteerde een open communicatie naar haar stakeholders. > De VRT gaf aan de gemachtigde toezichtsorganen toegang tot alle informatie in functie van de uitgevoerde controlewerkzaamheden. De leidende principes van het toezicht (zoals vastgelegd in het Charter van Deugdelijk Bestuur van de VRT) werden toegepast. > De VRT past het single auditprincipe toe. Het Rekenhof, bedrijfsrevisoren, Audit Vlaanderen en de interne audit van de VRT stemden hun werkzaamheden op elkaar af. De gemeenschapsafgevaardigde nam deel aan de vergaderingen van het Auditcomité. 	
OD41.2.	Dit jaarverslag bevat alle relevante informatie over de uitvoering en de financiering van de openbare omroepopdracht van de VRT. Het is voor iedereen toegankelijk, o.a. door publicatie op de bedrijfswebsite van de VRT (VRT.be).	
OD41.3.	De transparantiewebsite van de VRT (www.vrt.be/transparantie) was voor iedereen toegankelijk. In 2015 werd de site verder aangevuld met nieuwe zaken (zoals de 10 richtlijnen voor onpartijdigheid).	

SD42: De VRT moet beschikken over een goed gedefinieerd intern controlesysteem, een risicobeheersingssysteem en een mechanisme dat kwaliteit van informatie en rapportering waarborgt.

		PAGINA
OD42.1.	De VRT zette haar inspanningen voort voor het uitwerken van haar intern controlesysteem. De interne audit van de VRT en Audit Vlaanderen evalueerden samen, over een aantal thema's, de leidende principes van organisatiebeheersing. De rapportering hierover werd bezorgd aan de minister van Media.	
OD42.2.	Het jaarverslag van de VRT bevat een 'in-control statement'. Samen met het interne jaarverslag van de Interne Audit en het auditcomité beschrijft het de stand van zaken van de interne controle bij de VRT.	165

AFKORTINGEN

AD	Audiodescriptie	LSO	Lager Secundair Onderwijs
AdLit	Adverising Literacy	MEMO	Media-Momenten
AIB	Association for International Broadcasting	MIA's	Music Industry Awards
ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland	MICT	Media en ICT
AVS	Audio Video Studio	MIO	miljoen
BAFTA	British Academy of Film and Television Arts	MUHKA	Museum voor Hedendaagse Kunst Antwerpen
BAN	Boodschappen van Algemeen Nut	N.V.T.	Niet van toepassing
BBC	British Broadcasting Corporation	NGO	Niet-Gouvernementele Organisatie
BMX	Bicycle Motocross	NOS	Nederlandse Omroep Stichting
BOC PBW	Basisoverlegcomité Preventie & Bescherming op het Werk	NPO	Nederlandse Publieke Omroep
BVN	Het Beste van Vlaanderen en Nederland	NRK	Norsk rikskringkasting
CCB	Creative Club of Belgium	NT Gent	Nederlands Toneel Gent
CCC	Centrale CultuurCel	O&I	Onderzoek & Innovatie
CHF	Confoederatio Helvetica Franc (Zwitserse Frank)	OD	Operationele Doelstelling
CIM	Centrum voor Informatie over de Media	PPM	Personal People Meter
CUO	Centre for User Experience Research	PTS Mechelen	Provinciaal Technische School Mechelen
DAB	Digital Audio Broadcasting	R&D	Research & Development
DJ	Disk Jockey	RTBF	Radio Télévision Belge Francophone
DR	Danmarks Radio	RTE	Raidió Teilifís Éireann
DVB-T	Digital Video Broadcasting Terrestrial	RTL	Radio Télévision Luxembourg
DVD	Digital Versatile Disc	SABAM	Société d'Auteurs Belge – Belgische Auteurs Maatschappij
EBU	European Broadcasting Union	SD	Strategische Doelstelling
EDM	Electronic Dance Music	SMIT	Studies on Media Information and Telecommunication
EPG	Elektronische Programma Gids	SR	Sveriges Radio
ESR	Europees Stelsel voor Rekeningen	SRG SSR	Schweizerische Rundspruchgesellschaft
FABIA	Fysieke ArbeidsBeperking in Activering	STEM	Science – Technology – Engeneering - Mathematics
FIFO	First In First Out	T888	Teletekstondertiteling
FIPA	Festival International de Programmes Audiovisuels	TVE	Radiotelevisión Española
GBP	Pound Sterling (Britse Pond)	UG	Universiteit Gent
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung	UNIZO	Unie van Zelfstandige Ondernemers
GOB	Gespecialiseerd Opleidings-, Begeleidings- en bemiddelingscentrum	USD	United States Dollar
GRIP	Gelijke Rechten voor Iedere Persoon met een handicap	UZ Gent	Universitair Ziekenhuis Gent
HD	High Definition	VAF	Vlaams Audiovisueel Fonds
HDM	High Definition Multimedia Interface	VAR	Vlaamse Audiovisuele Regie
HDR	High Dynamic Range	VDAB	Vlaamse Dienst Arbeidsbemiddeling en Beroepsopleiding
HO	Hoger Onderwijs	VGT	Vlaamse Gebarentaal
HR	Human Resources	VHS	Video Home System
HSO	Hoger Secundair Onderwijs	VIAA	Vlaams Instituut voor Audiovisuele Archivering
ICoSOLE	Immersive Coverage of Spatially Outspread Live Events	VOTP	Vlaamse Onafhankelijke Televisie Producenten
iOS	iPhone Operating System	VTE	Voltijds Equivalenten
ITV	Independent Television	VUB	Vlaamse Universiteit Brussel
IWT	Agentschap voor Innovatie door Wetenschap en Technologie	VZW	Vereniging Zonder Winstoogmerk
KMO's	Kleine en Middelgrote Ondernemingen	WDR	Westdeutscher Rundfunk
KU Leuven	Katholieke Universiteit Leuven	WK	Wereld-Kampioenschap
		WWF	World Wide Fund for Nature
		ZDF	Zweite Deutsche Fernsehen



FOTOGRAFIE ©VRT

BBC, Frederik Beyens, Bart Musschoot, Jenthe Nonneman, Thijs Vandepoele, Jan Homble, Geert Van Hoeymissen, Inne Vandaele, Johan Jacobs, Nyk Dekeyser, Jokko, Joost Joossen, Joris Hermans, Joris Vermost, Kris Debruyne, L. Van Cauw, Lies Willaert, Paul Dewulf, Philippe Buissin / IMAGELLAN, Sado Color, Steven Elisabeth, Tim Van De Velde, Tom Cornille, De Wereldvrede, Philippe Banze

VORMGEVING

Ilse Mertens



NV van Publiek Recht
Auguste Reyerslaan 52,
1043 Brussel
Tel. 02 741 31 11
E-mail: info@VRT.be
www.VRT.be
BTW BE 0244 142 664
RPR BRUSSEL

vu. Stijn Ombelets