



Jaarverslag 2006

Artikel 25 van de beheersovereenkomst 2002-2006 bepaalt dat "de VRT jaarlijks en dit vóór 01/06 aan de Vlaamse Regering een door de Raad van Bestuur goedgekeurde nota zal voorleggen die voor elk van de performantiecriteriën aangeeft in hoeverre de voor 2006 vooropgestelde doelstellingen reeds bereikt zijn. Er wordt een apart hoofdstuk gewijd aan de doelstellingen, genomen initiatieven en bereikte resultaten m.b.t. de bewaking en de versterking van de kwaliteit van de programma's op basis van het geïntegreerd kwaliteitsbewakingssysteem."

De Vlaamse Regering legt het Jaarverslag voor aan het Vlaams Parlement vóór 30 september, vergezeld van een evaluatierapport opgesteld door de gemeenschapsafgevaardigde. De gedelegeerd bestuurder van de VRT licht de jaarlijkse rapportering mondeling toe in de bevoegde commissie van het Vlaams Parlement.

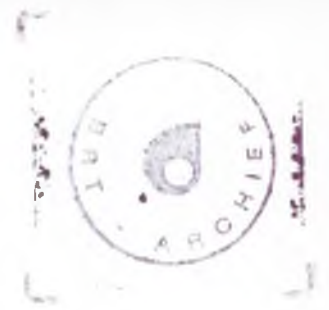


**onze missie**  
onze missie

De VRT wil een meerwaarde geven aan de Vlaamse media-gebruiker door een breed aanbod van kwaliteitsvolle programma's en diensten die inspireren, informeren, leren en amuseren.

De VRT wil erkend worden als de meest betrouwbare, creatieve en innovatieve media-organisatie in Vlaanderen.

Hij staat garant voor een optimale kwaliteit, bereik en diversiteit.



## VRT-WAARDEN

- De VRT plaatst de mediagebruiker op de eerste plaats.
- De VRT heeft respect voor zijn medewerkers.
- De VRT is excellent in alles wat hij onderneemt.
- De VRT handelt steeds als een goede burger.

## Organigram

### Raad van Bestuur (samenstelling per 31.12.2006)

**Voorzitter:** Guy Peeters

**Ondervoorzitter:** Annelies Van Cauwelaert

**Leden**<sup>1</sup>: Eric Deleu, Jozef Deleu, Thérèse Deshayes, Eric Dillens, Johan Hanssens, Dimitri Hoegaerts, Kris Houthuys, Chris Lecluyse, Ludo Leen

**Gemeenschapsafgevaardigde:** Albert Vanhoof<sup>2</sup>

**Gedelegeerd Bestuurder:** Sonar Consult bvba, vertegenwoordigd door Piet Van Roe<sup>3</sup>

**Secretaris:** Hilde Minjauw<sup>4</sup>

### Raad van Bestuur – Auditcomité

(samenstelling per 31.12.2006)

**Voorzitter:** Johan Hanssens

**Leden:** Guy Peeters en Annelies Van Cauwelaert

**Waarnemer:** Albert Vanhoof<sup>5</sup>

### Raad van Bestuur – VAR-Opvolgingscomité

(samenstelling per 31.12.2006)

**Voorzitter:** Eric Dillens

**Leden:** Eric Deleu, Chris Lecluyse en Guy Peeters

**Waarnemer:** Albert Vanhoof<sup>6</sup>



Guy Peeters



Annelies Van  
Cauwelaert



Eric Deleu



Jozef Deleu



Thérèse Deshayes



Eric Dillens



Johan Hanssens



Dimitri Hoegaerts



Kris Houthuys



Chris Lecluyse

<sup>1</sup> Tot 10.10.2006 was ook Henry De Raets lid van de Raad van bestuur. Zij was nog niet vervangen op 31.12.2006.  
<sup>2</sup> Vanaf 01.11.2006: Voordien was Paul Van de Velde gemeenschapsafgevaardigde.  
<sup>3</sup> Vanaf 15.09.2006: Voordien was Tony Mary gedelegeerd bestuurder.  
<sup>4</sup> Vanaf 18.12.2006: Voordien was Hilde Debackere secretaris van de Raad van Bestuur.  
<sup>5</sup> zie voetnoot 2.  
<sup>6</sup> zie voetnoot 2.

## Raad van Bestuur – Remuneratiecomité

(samenstelling per 31.12.2006)

Voorzitter: Guy Peeters

Leden: Thérèse Deshayes en Annelies Van Cauwelaert

## VRT-Directie (samenstelling per 17.01.2007)

Gedelegeerd Bestuurder: Sonar Consult bvba, vertegenwoordigd door Piet Van Roe<sup>7</sup>

Algemeen Directeur Marktstrategie<sup>8</sup>: Mark Coenen<sup>9</sup>

Algemeen Directeur Productie<sup>10</sup>: Leo Hellemans<sup>11</sup>

Algemeen Directeur Technologie & Innovatie<sup>12</sup>: Harry Sorgeloos

Algemeen Directeur Media<sup>13</sup>: Wim Vanseveren<sup>14</sup>

Algemeen Directeur Financiën & Logistiek<sup>15</sup>: Willy Wijnants

Directeur Operationele Afdelingen<sup>16</sup>: Jan Cuypers<sup>17</sup>

Directeur HR<sup>18</sup>: Marcel Meys<sup>19</sup>

Woordvoerder VRT: Diane Waumans



Ludo Leen



Piet Van Roe



Albert Vanhoof



Hilde Minjauw



<sup>7</sup> zie voetnoot 3

<sup>8</sup> De directie Marktstrategie is een nieuwe directie.

<sup>9</sup> Voordien was Mark Coenen Algemeen Directeur Radio. Hij nam deze functie op op 01.02.2006. Voordien was Frans Ieven Algemeen Directeur Radio.

<sup>10</sup> De directie Productie is een nieuwe directie.

<sup>11</sup> Voordien was Leo Hellemans Algemeen Hoofddirecteur Televisie.

<sup>12</sup> Voordien heette deze directie Strategie, Technologie & Innovatie.

<sup>13</sup> De directie Media is een nieuwe directie.

<sup>14</sup> Voordien was Wim Vanseveren Algemeen Directeur Televisie. Hij nam deze functie op op 01.11.2006. Daarvoor was Aimé Van Hecke Algemeen Directeur Televisie.

<sup>15</sup> Voordien heette deze directie Financiën

<sup>16</sup> De directie Operationele Afdelingen is een nieuwe directie.

<sup>17</sup> Voordien was Jan Cuypers Directeur Operationele Activiteiten Televisie.

<sup>18</sup> Voordien heette deze directie HR & FM.

<sup>19</sup> Hij nam deze functie op op 07.12.2006. Voordien was Hugo De Vreese Algemeen Directeur HR & FM.



## Inhoud

Organigram	2
Inhoud	4
Voorwoord Voorzitter	5
Vorbereiden op de toekomst	6

## Het VRT-aanbod 10

Inleiding	11
1. Radio	12
1.1. Inhoudelijke vernieuwing	13
• Radio 1 & Sporza-Radio	14
• Radio 2	17
• Donna	18
• Studio Brussel	20
• Klara	20
• RVi	22
1.2. De cijfers	23
2. Televisie	27
2.1. Diversiteit en inhoudelijke vernieuwing	28
• Eén	28
• Canvas	32
• Ketnet	37
• Digitale televisie	40
2.2. De cijfers	42
3. Internet en mobiel	45
3.1. Medialandschap	46
3.2. VRT-websites	47
3.3. VRTnieuws.net, Sporza.be en Teletekst	48
3.4. Podcastaanbod & Digitale radiospeler	49
3.5. Pioniersprojecten	51
4. Crossmediale samenwerking en projecten	52
4.4. Crossmediale samenwerking	52
4.5. Crossmediale projecten	55

## Productiefactoren 60

1. Personeelsbeleid	61
2. Technologie	65
2.1. Transmissie	65
2.2. Technologie en innovatie	67
3. Financiën	69

## Financiële performantie 70

1. Jaarrekening 2006	71
2. Toelichting bij de financiële resultaten	94
3. Analyse van de kosten en opbrengsten	99
4. Nettokosten van de publieke omroep	104
5. Dochterondernemingen	106
6. Pensioenfondsen VRT	107

## Kwaliteitsbeleid 108

Functionele kwaliteit	109
Publieke kwaliteit	116
Etische kwaliteit	118
Operationele kwaliteit	120
Professionele kwaliteit	121

## Performantiemaatstaven 124

## Voorwoord

2006 was het laatste jaar van de tweede beheersovereenkomst. Het was een bewogen, maar ook zeer boeiend en succesvol jaar.

Door de ruime aandacht voor de bestuursproblemen en de nieuwe beheersovereenkomst, kwamen de resultaten van de openbare omroep wat in de schaduw te staan. Nochtans kan men gerust stellen dat die resultaten schitterend waren. VRT-Televisie bleef uitgesproken marktleider met een kwalitatief sterk en gewaardeerd aanbod. VRT-Radio behield in 2006 zijn toonaangevende positie in het radiolandschap. De VRT breidde zijn aanbod-op-aanvraag, zijn interactief-aanbod en zijn internet-aanbod significant uit. De crossmediale samenwerking tenslotte leidde tot verschillende omroepbrede projecten die telkens een groot succes werden.

Het Vlaams Parlement heeft, in mei 2006, de mediadecreten aangepast zodat de bevoegdheden tussen de Raad van Bestuur met de gedelegeerd bestuurder en zijn directiecollege duidelijker gescheiden werden. Ondertussen heeft de Raad van Bestuur zijn Charter Deugdelijk Bestuur aangepast aan de nieuwe structuur.

Piet Van Roe werd in september 2006 de nieuwe gedelegeerd bestuurder van de omroep. Met zijn tijdelijke opdracht zorgde hij er voor dat het VRT-succes aanhield en dat de onderneming zich kon voorbereiden op zijn nieuwe toekomst.

Met het afsluiten van een nieuwe beheersovereenkomst 2007-2011 bevestigde de Vlaamse overheid de bijzondere rol van de openbare omroep voor de Vlaamse samenleving. De VRT heeft voor de komende jaren vier specifieke opdrachten gekregen: (1) de VRT moet doorgroeien naar een digitale omroeporganisatie. In zijn aanbod, productie en distributie moet hij zich digitaal ontplooiën. ; (2) In zijn digitaal aanbod biedt de VRT voor elke media-

gebruiker verrijkingen, interactiviteit en aanbod op aanvraag aan. ; (3) Hij voert een driesporenbeleid voor het aanbod in de openbare omroepdomeinen. ; (4) De VRT brengt zijn aanbod op alle relevante media: radio, televisie, internet en mobiele platformen.

De toekomst van een onderneming hangt in de eerste plaats af van zijn medewerkers. Ondanks de moeilijke financiële vooruitzichten werd het sociaal overleg op de VRT intensief verder gezet. De vakbonden en de VRT kwamen onder andere een nieuw *sectoraal akkoord contractuelen* overeen. De medewerkers en de vakbonden verdienen alle lof voor de manier waarop ze de toekomst van de openbare omroep mogelijk helpen maken.

Het zal ook voor een groot deel van de medewerkers afhangen of de reorganisatie succesvolle resultaten zal opleveren. Het doel van deze reorganisatie is de VRT aan te passen aan de uitdagingen van een digitale omroep. De directies Radio en TV worden opgeheven. Een nieuwe en meer crossmediaal geïntendeerde organisatie komt in de plaats. De nieuwe organisatie zal de omroep toelaten de beschikbare capaciteit (aan mensen en middelen) zo optimaal mogelijk in te zetten.

De nieuwe beheersovereenkomst, het nieuwe bestuursmodel en de nieuwe organisatie zullen er toe bijdragen dat de VRT zijn digitale toekomst met vertrouwen tegemoet kan gaan.



Guy Peeters  
Voorzitter Raad van Bestuur

## Vorbereiden op de toekomst

De openbare omroep ondergaat zijn grootste transformatie sinds de intrede van de televisie naast de radio. Vandaag worden internet en mobiele toestellen steeds belangrijker voor de mediabeleving van de Vlaming. Internet is uitgegroeid tot een volwaardig audiovisueel medium en de mobiele media volgen die trend. In het nieuwe medialandschap moet de VRT zijn aanbod ook aanbieden via die nieuwe media.

De rol van de openbare omroep voor een democratische samenleving is in 2006 door de Vlaamse overheid bevestigd door de beheersovereenkomst 2007-2011. Fundamentele beslissingen werden genomen over de nieuwe media en over de digitalisering van de omroep. Omdat de evoluties in het medialandschap steeds sneller gaan werden twee evaluatiemomenten afgesproken. Die moeten de Vlaamse overheid in staat stellen om de openbare omroepopdracht bij te sturen.

In 2006 bevestigde de VRT zijn succes. De Vlamingen bleven massaal luisteren en kijken naar de VRT-netten. Tegelijk vonden ze in 2006 gemakkelijker de weg naar het nieuwe-media-aanbod van de VRT op internet of via mobiele proefprojecten. Het nieuwe-media-aanbod van de VRT vertrekt daarbij vanuit sterke netten. De omroep voldoet zo aan de specifieke behoeften van de verschillende socio-demografische groepen.

In diverse domeinen onderstreepte de VRT zijn leidinggevende positie. Inzake zijn informatie-opdracht scoorde hij onder andere met de verslaggeving en duiding rond de gemeente- en provincieraadsverkiezingen van 8 oktober 2006. Zijn culturele opdracht bevestigde hij met ruimere aandacht voor cultuur op alle netten en de uitwerking van zijn cultuurproject. Om zijn educatieve rol te versterken werd een centrale coördinatiecel Kennis en Wetenschap opgericht. De VRT besteedde volop aandacht aan



sport en de rol van sport voor de samenleving (zoals met Vlaanderen Sportland op Eén). Ook de Vlaamse identiteit krijgt meer aandacht met meer Vlaamse fictie en meer Vlaamse muziek.

Om de evolutie naar een digitaal omroepbedrijf te vergemakkelijken, past de VRT zijn organisatie grondig aan. De omroep heeft in 2006 die reorganisatie intens voorbereid. De opvallendste verandering is de sloop van de "muur" tussen radio en TV. De verschillende media gaan nog intenser samenwerken. De nieuwe organisatie is gebaseerd op vier natuurlijke stappen in het productieproces van de omroep: marktstrategie, merkcont-



wikkeling en netprofilering, productie en operationele activiteiten. De verantwoordelijken vormen samen met de directeurs HR, Financiën & Logistiek en Technologie & Innovatie het directiecollege.

Het nieuwe organisatiemodel stelt de VRT in staat om het cross-mediale en multimediale aanbod efficiënter te produceren. Het verstrekt ook de prioritaire VRT-domeinen (informatie, cultuur, sport, Vlaamse identiteit, kennis en wetenschap en ontspanning) met een zo breed mogelijk bereik. In de nieuwe organisatie kan het talent van de VRT-medewerkers beter worden ontwikkeld en ondersteund.

De grootste transformatie ooit van de openbare omroep zorgt ervoor dat de VRT de uitdagingen van morgen aankan: het beantwoorden aan de mediaverwachtingen van alle Vlamingen, met aandacht voor kwaliteit en creativiteit.



Sonar Consult bvba  
gedelegeerd bestuurder  
Vertegenwoordigd door  
Piet Van Roe, zaakvoerder



## De opdracht van de openbare omroep



Met de *Resolutie van Praag* van 8 december 1994 riep de Raad van Europa ieder Europees land op om een openbare omroep te organiseren met zowel radio als televisie. Tegelijkertijd werd er een mission statement gedefinieerd. Daarin wordt de onafhankelijkheid van de openbare omroepen bevestigd, wordt er gewezen op hun belangrijke rol voor de sociale cohesie in de maatschappij en op hun opdracht als ontwikkelaar van pluralistische, innovatieve, gevarieerde en originele producties voor een breed publiek waarbij ook rekening wordt gehouden met minderheidsgroepen.

Met het *Protocol van Amsterdam* (2 oktober 1997) en de *Verklaring van Krakau* (16 juni 2000) bevestigden respectievelijk de Europese Unie en de Raad van Europa dat een openbare omroep een belangrijke bijdrage kan leveren aan de democratische, sociale en culturele behoeften van een samenleving en aan de behoefte van pluralisme in de media.

De Vlaamse Gemeenschap is bevoegd voor het oprichten en organiseren van een openbare omroep van de Vlaamse Gemeenschap. In artikel 6 van de mediadecreten (zoals gewijzigd bij decreet op 19 mei 2006) wordt de publieke opdracht van de VRT omschreven:

*“§ 2. Als openbare omroep heeft de VRT de opdracht een zo groot mogelijk aantal mediagebruikers te bereiken met een diversiteit aan hoogkwalitatieve programma's die de belangstelling van de mediagebruikers wekken en eraan voldoen.*

*De VRT zorgt voor een kwalitatief hoogstaand aanbod in de sectoren informatie, cultuur, educatie en ontspanning. Prioritair moet de VRT op de kijker en luisteraar gerichte informatie- en cultuurprogramma's brengen. Daarnaast worden ook sport, eigentijdse educatie, eigen drama en ontspanning verzorgd. Het hele aanbod van de VRT moet worden gekenmerkt door de hoge kwaliteit van de programma's zowel naar inhoud, naar vorm als naar taalgebruik.*

*In al zijn programma's streeft de VRT naar een zo groot mogelijke kwaliteit, professionaliteit, creativiteit en originaliteit waarbij ook nieuwe talenten en vernieuwende expressievormen aangeboord moeten worden. Het programma-aanbod moet op een aangepaste manier worden gericht op bepaalde bevolkings- en leeftijdsgroepen, meer in het bijzonder op de kinderen en de jeugd.*

**Mediadecreten:**  
**"De VRT zorgt voor een kwalitatief hoogstaand aanbod in de sectoren informatie, cultuur, educatie en ontspanning."**

*De programma's moeten bijdragen tot de verdere ontwikkeling van de identiteit en de diversiteit van de Vlaamse cultuur en van een democratische en verdraagzame samenleving. De VRT moet via de programma's bijdragen tot een onafhankelijke, objectieve en pluralistische opinievorming in Vlaanderen.*

*Daarom moet hij streven naar een leidinggevende rol op het gebied van informatie en cultuur.*

*Om de betrokkenheid van een zo groot mogelijk aantal Vlamingen bij de omroep te realiseren en om de geloofwaardigheid van de openbare omroep veilig te stellen, moet een voldoende aantal programma's erop gericht zijn een breed en algemeen publiek te boeien. Naast die algemene programma's zullen andere programma's aan specifieke belangstellingssferen van kijkers en luisteraars tegemoetkomen. De beoogde doelgroepen moeten voldoende ruim zijn en ze moeten door de programma's in kwestie ook worden bereikt.*

*De VRT volgt de technologische ontwikkelingen op de voet zodat hij zijn programma's, als dat nodig en wenselijk is, ook via nieuwe mediatoepassingen aan zijn kijkers en luisteraars kan aanbieden.*



*Tot de openbare opdracht van de VRT behoren eveneens alle activiteiten die rechtstreeks of onrechtstreeks bijdragen tot de uitvoering ervan."*

Om de openbare omroepopdracht te kunnen uitvoeren worden de bijzondere regels en de voorwaarden voor de toekenning van de financiële middelen vastgelegd in een beheersovereenkomst tussen de Vlaamse Gemeenschap en de VRT. 2006 was het laatste jaar van de Beheersovereenkomst 2002-2006. De VRT heeft in juli 2006 de Beheersovereenkomst 2007-2011 afgesloten met de Vlaamse overheid.

Voorliggend document brengt verslag uit over de resultaten die de VRT in 2006 geboekt heeft en over het behalen van de performantiemaatstaven.



Het VRT-aanbod

De nieuwe beheersovereenkomst 2007-2011 bevestigt de omvorming van de VRT tot een digitale omroep. Daarbij staat de uitbreiding van de klassieke media (radio en tv) naar de nieuwe media (internet en mobiel) centraal. De kenmerken van een digitale omroep waren in 2006 al terug te vinden in het programma-aanbod en de diensten van de VRT.

De VRT maakt programma's voor radio en tv en zal dat blijven doen. Deze programma's vormden ook de basis van het crossmediale aanbod dat de VRT in 2006 met succes heeft uitgerold. Crossmediale projecten zetten elk medium in op het terrein waar het het sterkst staat. Het crossmediale totaal-aanbod heeft een groter effect dan de monomediale aandacht voor een onderwerp. Behalve aan het mediagebonden aanbod op radio en tv werkte de VRT in 2006 volop aan het uitwerken van crossmediale toepassingen.



Het VRT-aanbod zelf en het succes ervan worden bepaald door verschillende factoren: de openbare opdracht (vastgelegd in de mediadecreten en uitgewerkt in de beheersovereenkomst), het aanbodbeleid, het financiële beleid, het HR-beleid, het kwaliteitsbeleid en de technologie. Op al deze domeinen proberen de VRT en zijn medewerkers de opdracht als openbare omroep waar te maken.

In 2006 is het lineaire aanbod op radio en tv in volume ongeveer gelijk gebleven ten opzichte van de jaren voordien. Het aanbod-op-aanvraag van radio- en tv-programma's is in 2006 wel stelselmatig uitgebreid. Tegelijk bracht de VRT op het internet en via mobiele toepassingen meer nieuw aanbod tot bij de mediagebruiker.

De VRT heeft in 2006 de stap gezet naar een nieuw tijdperk in zijn bestaan. Hij heeft aangetoond dat hij ook met de nieuwe media-toepassingen een leidende rol zal spelen in Vlaanderen. Alle Vlamingen zullen ook in de toekomst de garantie hebben op onafhankelijke en objectieve berichtgeving en op een Vlaams aanbod met cultuur, sport en educatie op alle audiovisuele media.

Met de ontwikkeling van internettoepassingen en mobiele toepassingen zal de VRT zijn aanbod in de toekomst kunnen exploiteren op meer platformen en via nieuwe distributiekanaalen. Daarvoor moet de VRT wel de nodige rechten verwerven.

Het project Rechten@VRT wil het verwerven, het beheer en de exploitatie van rechten in een mediacontext beter stroomlijnen en beheersen. In een crossmediale en multimediale omgeving zal het belang van "Rechten" immers nog toenemen.

Ook met de productiehuizen maakt de VRT afspraken omtrent het verwerven en exploiteren van rechten.

---

***De VRT heeft aangetoond dat hij ook met de nieuwe mediat toepassingen een leidende rol zal spelen in Vlaanderen.***

---





# 1. Radio

In 2006 evolueerde het Vlaamse radiolandschap naar een nieuw evenwicht. Als gevolg van de verbeterde frequentieverdeling in 2004 vonden meer radioluisteraars hun weg naar de nationale commerciële zenders. Voor de mediagebruikers bij wie de hitgevoelige muziek goed scoort, ontstaat zo een duaal medialandschap tussen enerzijds landelijke commerciële omroepen en anderzijds het net van de openbare omroep dat ook hitgevoelige muziek brengt: Donna.

*Mee zijn met wat er in de wereld gebeurt en er meteen meer over te weten komen* is een van de drijfveren voor de Radio 1-luisteraars om op hun station af te stemmen. Radio 1 staat voor kwaliteit in actualiteit. Het net brengt een mix van nieuws, cultuur, human interest, humor en muziek. In 2006 waren de gemeentelijke en provincieraadsverkiezingen een van de grote nieuwsitems in de actualiteitsprogramma's van Radio 1. Het net piekte trouwens op alle grote nieuwsmomenten (eigen VRT-onderzoek).

Sporza-Radio zoomde in 2006 uitgebreid in op verschillende sporttakken en –manifestaties. Het radio-aanbod van Sporza vult het sportaanbod op Radio 1 aan. De verjaardag *75 jaar sportverslaggeving* was een goede gelegenheid om terug te kijken op de VRT-sportverslaggeving.

Radio 2 bleef het grootste radionet van Vlaanderen. Het net volgt intensief wat er in Vlaanderen gebeurt en bekijkt de wereld vanuit een regionale invalshoek. De brede muzieklijn biedt een lage drempel voor een grote groep luisteraars. In 2006 werd de website van Radio 2 grondig vernieuwd: de bezoeker kan voortaan informatie op maat uit zijn regio krijgen. Via verschillende acties werd het net nog sterker regionaal verankerd. Duizenden belangstellenden namen deel aan de tientallen evenementen van Radio 2.

Klara versterkte in 2006 zijn aanwezigheid in het culturele veld. De luisteraar met een sterke culturele interesse bleef zich aangesproken voelen door hét cultuurnet van Vlaanderen. Het programma-schema werd grondig vernieuwd. Het middagmagazine *Rambias* verzamelde voortaan al het nieuws uit de culturele wereld. Verschillende initiatieven lokten in 2006 meer luisteraars naar het net. Zo werd bijvoorbeeld “de Mozartweek” een nieuwe succesformule. *Klara in het Paleis*, *Klara in de Stad* en *het Klarafestival* zijn ondertussen klassiekers geworden.

Studio Brussel behield zijn jonge en rebelse karakter. Het net bracht verschillende nieuwe programma's. *De grote Peter Van De Veire Ochtendshow* werd spraakmakende radio. Overdag werd de muziklijn toegankelijker. 's Avonds werd het aanbod duidelijker. Studio Brussel bevestigde zijn band met de jongerencultuur door verschillende eigen muziekinitiatieven. Het net steunde allerlei jongerenevenementen. Het jaar werd afgesloten met een cross-mediaal evenement in samenwerking met de Nederlandse publieke zender 3FM: *Music for Life*. Deze actie ten gunste van het antimijnenproject van het Rode Kruis zorgde voor een grote solidariteitsgolf en leverde de jongerenzender ook recordluistercijfers. (eigen VRT-onderzoek)

Donna verloor in de eerste jaarthelft van 2006 terrein aan Q-Music (en in mindere mate aan de andere commerciële radiozenders). Het net herschikte zijn programmaschema en hield strakker de vinger aan de pols van de actualiteit en de lifestyle-ontwikkelingen. Deze signaalfunctie leverde een belangrijke meerwaarde op voor de liefhebbers van hitgevoelige muziek. In de tweede helft van het jaar stabiliseerde het marktaandeel van Donna.

RVi bleef met zijn aanbod op radio en internet (rvi.be en VRTnieuws.net) een belangrijke bron van informatie voor de Vlamingen in het buitenland.

De digitale zenders Nieuws+, Donna hitbits en Klara continuo vulden het radio-aanbod digitaal aan met een specifiek aanbod van respectievelijk informatie, populaire hits en klassieke muziek.

De totale radio-output bedroeg in 2006 71.648 uur<sup>20</sup>. Ten opzichte van 2005 is dit een lichte daling van 769 uur. Die is te wijten aan de herschikkingen van het RVi-aanbod. In totaal werden op alle netten samen voor 92.453 uur<sup>21</sup> radioprogramma's uitgezonden.

In 2006 was meer dan 20%<sup>22</sup> van de totale muziekprogrammatie van VRT-Radio een Vlaams product. Die Vlaamse producties<sup>23</sup> waren op alle VRT-radionetten evenwichtig verspreid over elke 24 uur zendtijd.

Alle radionetten van de VRT zijn op het internet te beluisteren. Via de nieuwe digitale radiospeler van de VRT<sup>24</sup> luisteren steeds meer mensen naar VRT-radio terwijl ze werken op hun pc of surfen op het net (zie p. 50).

In 2006 steeg het succes van het podcastaanbod<sup>25</sup> (zie p. 49). De VRT-radio was halweg 2005 gestart met zijn aanbod-op-aanvraag. Met podcasts kan ingespeeld worden op de behoefte bij de mediagebruiker om te luisteren waar en wanneer hij het zelf wil.

**Via de nieuwe digitale radiospeler luisteren steeds meer mensen naar VRT-radio.**

## 1.1. Diversiteit en inhoudelijke vernieuwing

Het totale radio-aanbod bestaat uit generalistisch aanbod voor iedereen (Donna, Radio 1, en Radio 2), generalistisch aanbod voor doelgroepen (Studio Brussel en RVi) en thematisch aanbod (Klara). Het aanbod moet bereikbaar zijn via alle relevante platformen en netwerken en moet maximaal aansluiten bij de leefwereld van de mediagebruiker.

VRT-radio vult zijn opdracht in met een kwalitatief en gevarieerd aanbod op goed geprofileerde en complementaire netten, met een duidelijke Vlaamse identiteit. Om het aanbod op die netten zo sterk mogelijk te houden wordt de programmering permanent geëvalueerd en bijgestuurd. De muziekprofielen worden nauwkeurig opgevolgd en waar nodig verfijnd. Speciale aandacht gaat naar Vlaamse muziekproducties en de “look & feel” van de netten.

<sup>20</sup> Radio 1, Klara, Donna, Studio Brussel en Nieuws+ zenden 24 uur per dag een eigen programma uit. Radio 2 ontkoppelt meermaals per dag zijn uitzending voor programma's per provincie. Sporza Radio zendt een beperkt programma uit via DAB, AM en internet.

<sup>21</sup> RVi brengt naast eigen programma's een selectie uit programma's van Radio 1, Radio 2 en Donna. Klara continuo nam tot 31 juli 2006 7 uur per dag het programma *Nachtgeval* van Klara over. Vanaf 1 augustus 2006 nam Klara 7 uur per dag de muziekstroom van Klara continuo over. Donna hitbits nam 7 uur per dag het programma van Donna over.

<sup>22</sup> Dit cijfer is gebaseerd op een steekproef in het voorjaar en in het najaar van 2006.

<sup>23</sup> Onder “Vlaamse productie” wordt verstaan een productie gebracht door een Vlaamse artiest of geproduceerd door inwoners van Vlaanderen.

<sup>24</sup> De radiospeler is te vinden via de websites van de netten en op [www.digitalradio.be](http://www.digitalradio.be).

<sup>25</sup> Bij podcasting kunnen luisteraars zich via de computer abonneren op een radioprogramma. Dat programma kunnen ze downloaden en beluisteren wanneer ze dat willen. De podcasts van de VRT zijn gratis opvraagbaar.

## Radio 1

Radio 1 toonde zich in 2006 opnieuw als de kwaliteitszender op het vlak van informatie en duiding. In het bijzonder kregen de gemeente- en provincieraadsverkiezingen uitgebreid aandacht.



### Aanbod

Radio 1 bediende ook in 2006 de luisteraar met een meer dan gemiddelde informatiehonger. Het net bracht veel nieuwsuitzendingen en had verschillende actualiteitenmagazines, interviewprogramma's en andere formats die een mix brachten van informatie en ontspanning. Bij belangrijke gebeurtenissen neemt het bereik van het net sterk toe. Bij de herdenking van 11 september zond Radio 1 uit vanuit New York. De gemeente- en provincieraadsverkiezingen werden intensief gevolgd. Muzikaal bleef Radio 1 bijzonder actief, met onder meer exclusieve concertopnamen.

**Radio 1 bood een brede mix van informatieve en ontspannende programma's.**

In bijna alle programma's zaten culturele items. Daarnaast waren er ook specifieke cultuurprogramma's, zoals *Neon*, *Het salon*, *In de club*, *Het concertgebouw*, *Cucamonga*, *De grote boodschap* en *Gulliver*. Verschillende van deze programma's brachten exclusieve muziekopnames van concerten in Vlaanderen.

Radio 1 bood ook in 2006 een brede mix van informatieve en ontspannende programma's, met vaste waarden en nieuwkomers. In *Het huis van bewaring* presenteerde Cas Goossens opmerkelijke radiomomenten uit het verleden en nooit eerder uitgezonden fragmenten.

Radio 1, Radio 2 en Canvas startten in september 2006 met *Monumentenstrijd*, die in februari 2007 zijn beslag zou krijgen. Radio 1 zorgde in dit crossmediale project vanaf de tweede stemronde voor achtergrondinformatie.

Radio 1 bracht in 2006 veel humor: samen met Canvas werd stand-upcomedy in Vlaanderen ondersteund in *Comedy Casino Royal*. In de daarmee verbonden wedstrijd *Cup royal* ging Radio 1 op zoek naar humoristisch schrijftalent.

In 2006 werd het fundament gelegd voor een grondige vernieuwing van het aanbod in 2007. Daarbij ligt de klemtoon op een open programmering die nieuwsgedreven is en die ruimte laat voor sportverslaggeving. Bij dit innovatieproject wordt samengewerkt met het Nieuwsproject (zie p. 52) en Canvas.

Het digitale radionet Nieuws+ leverde de mediagebruiker het meest recente nieuwsbulletin.

De website van Radio 1 biedt veel informatie over de actualiteit en cultuur uit binnen- en buitenland. Daarnaast heeft de site aandacht voor muziek, sport, algemene service, eigen evenementen en acties.

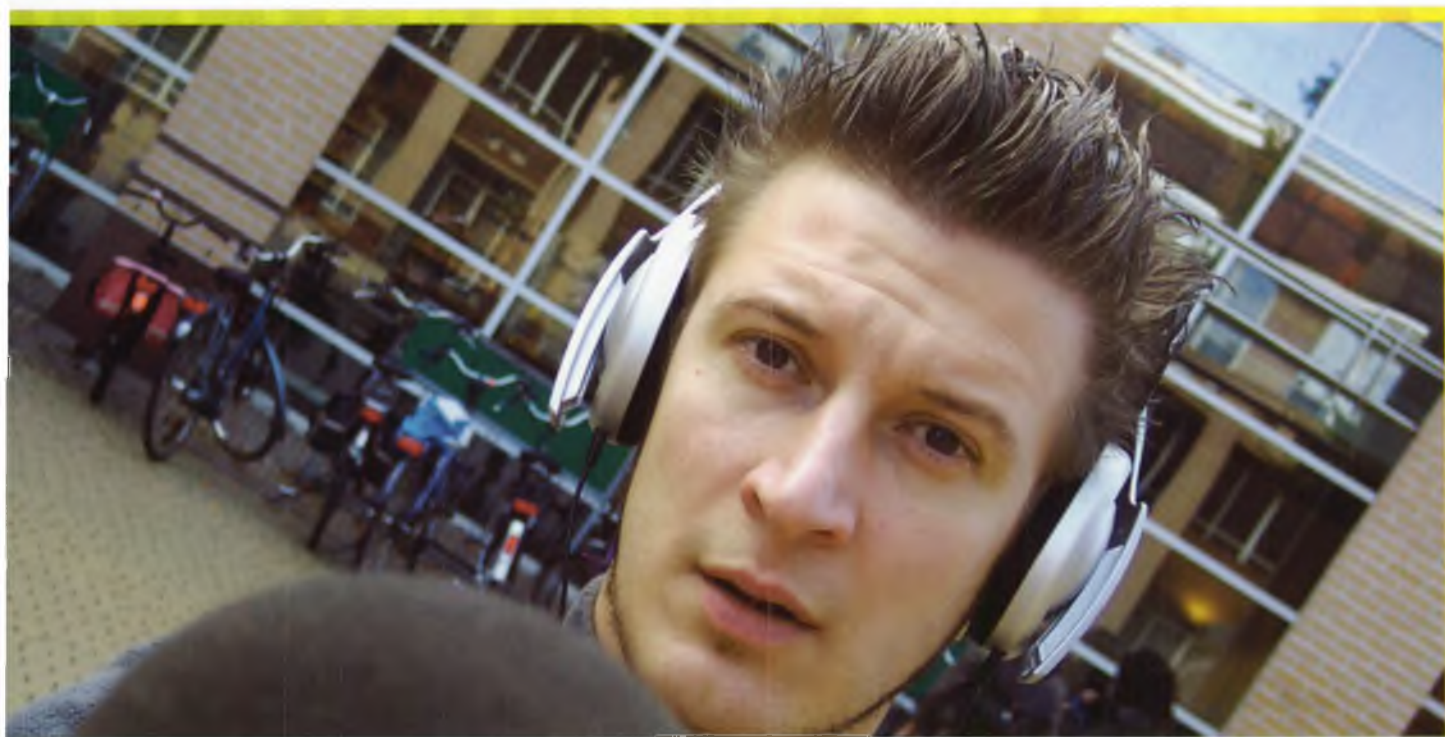
### Evenementen

Radio 1 was in 2006 een trouwe partner van verschillende muziek-, theater-, film- en literatuurevenementen. Het net ontwikkelde ook heel wat eigen initiatieven. Een greep uit het ruime aanbod:

- De vijfde editie van *Een nieuw lied*. Uit 900 inzendingen werden drie liedjesteksten gekozen. Die liedjes werden gebracht op de *Nekka-nacht*.
- De theatertournee van het Nieuw wereldorkest.
- Een bezoek met *Neon* en *Het salon* aan de Brakke Grond in Amsterdam naar aanleiding van het 25-jarige bestaan ervan.
- Een WK-schrijfpodracht voor Vlaamse auteurs (*Neon*).
- Naar aanleiding van *Gedichtendag*<sup>26</sup> werd een Radio 1-huisdichter verkozen.
- Het net ondersteunde *De gouden uil*. Het bracht bovendien een day-after-special.
- Een hulde-uitzending voor Walter Van Den Broeck voor zijn 65ste verjaardag.

<sup>26</sup> Niet alleen Radio 1 had aandacht voor Gedichtendag. Ook alle andere VRT-radionetten brachten gedichten van dichters en luisteraars. Op Canvas kregen drie dichters het woord.





Wouter Deprez op  
stap met Radio 1

- Naar aanleiding van Wereldboekendag organiseerde Radio 1 een wedstrijd *Radio 1 leest bij u thuis*. De winnaar kreeg een voorleesteam van bekende Radio 1-stemmen op bezoek.
- De opening van de *Literaire Lente* werd gepresenteerd op Radio 1. Met de actie zette Boek.be de literaire voorjaarsvogel in de kijker. In dit kader werd een happening georganiseerd door Boek.be, Knack en VRT.
- Met de wedstrijd *Cup Royal* ging Radio 1 op zoek naar Vlaams humoristisch schrijftalent. De winnende teksten werden gepresenteerd op een finale in de Vooruit in Gent.
- In het kader van *Zuiderzinnen* ontving *Het salon* literaire gasten, vierde het *75 jaar Boekentoren* en werd er gedebatteerd over het cultuurbeleid van Antwerpen.
- Met live-uitzendingen van *Neon* en met de actie *Win een autobiografie* (van *Wilde geruchten*) werd de Boekenbeurs van Antwerpen ondersteund.
- Op 11 november organiseerde Radio 1 zijn derde *Big Bang* in De Vooruit. Het muziekfeest bracht een mix van gevestigde waarden en aanstormend talent.
- *Het ergste is al geweest* was een eindejaarsshow met Vlaamse humoristen in de Arenbergsschouwburg in Antwerpen. De show werd twee keer uitgezonden op Radio 1.
- Naar aanleiding van het *Filmfestival van Vlaanderen Gent* werd een actiemaand georganiseerd met ontmoetingen, uitzendingen en avant-premières.

Radio 1 ondersteunde daarnaast nog vele andere evenementen. Een willekeurige greep: *Kulturama*, *Reismarkt Brugge*, *Tournee Django!*, *Antiliaanse feesten indoor*, *Sfinks mundial*, *Casino Sessions*, *Motives Festival*, *Hoger-Higher-Plushaut*, *Tournee Nits*, *Cactus festival* en *Raymond en zijn jonge helden*.

## Nieuws en duiding op VRT-Radio

Nieuwsuitzendingen per dag en per net in 2006  
(gemiddeld in minuten per dag)

Net	Weekdagen	Zaterdag	Zondag
Radio 1	113	100,5	99,5
Radio 2 (*)	112,5	88	91,5 (**)
Klara	91,5	63	63
Studio Brussel	75	75	75
Donna	75	75	75

(\*) Regionale nieuwsuitzendingen inbegrepen  
(\*\*) Op feestdagen: 105

Bron: VRT-Studiedienst

2006 werd het laatste jaar van een aparte radionieuwsdienst. In het voorjaar van 2007 worden alle nieuwsredacties immers eengemaakt. Er werd in 2006 veel tijd en energie gestoken in het Nieuwsproject (zie p. 52) en zijn nieuwe technologische systemen. Voor de gemeente- en provincieraadsverkiezingen werkte VRT-Radio (als proefproject van het Nieuwsproject) succesvol samen met de tv- en online-nieuwsdiensten.

De radionieuwsdienst werd nauw betrokken bij de hervormingsplannen van Radio 1. In afwachting van de vernieuwde Radio 1 werden de programma's *Lopende Zaken*, *Voor De Dag* en *De Wandelgangen* nog versterkt. Het nieuwsaanbod op Donna en Studio Brussel werd uitgebreid.

De radionieuwsdienst was in 2006 actief rond verschillende dossiers, zoals: de moord op Joe Van Holsbeeck, de racistische moorden in Antwerpen, de verdwijning van Stacy en Nathalie, het voetbalschandaal, de gemeente- en provincieraadsverkiezingen, de verkiezingen in Congo en de herdenking van 11 september.

**In het voorjaar van 2007 worden alle nieuwsredacties eengemaakt.**



Sporza had aandacht voor de halve marathon van Brussel

## Sporza-Radio



De sportredactie stond in voor het aanbod van Sporza-radio en voor de sportberichten in de nieuwsuitzendingen van alle netten en de actualiteitenmagazines van Radio 1.

Sporza-Radio was te beluisteren op de middengolf, op DAB, op DVB-T<sup>22</sup>, via de kabel en via het internet (via sporza.be en digitaleradio.be). Met de ontkoppelde sportuitzendingen van Radio 1 konden zowel de sportliefhebbers (op Sporza-Radio) als de andere luisteraars (op Radio 1) beter bediend worden.

Sporza hield de luisteraar op de hoogte van de voetbalcompetitie, de wielervedstrijden, tennis, atletiek, motorcross, basket- en volleybal en vele andere sporten. Naast verslagen van sportgebeurtenissen bood het net ook analyses en duiding.

<sup>22</sup> DVB-T: Digital Video Broadcasting-Terrestrial is de Europese DVB-omroepstandaard voor digitale televisie via aardse zenders.



In 2006 vierde de sportredactie *75 jaar sportverslaggeving* met een "retro-dag" waarin archiefmateriaal werd gebracht en een feestuitzending met radioreporters van vroeger en nu. In juli bracht *Radio Tour* in het middagblok van Radio 1 dagelijks verslag uit van de Ronde van Frankrijk.

Het net steunde sportieve evenementen in Vlaanderen, zoals: *Belcar race*, *Ronde van Vlaanderen*, *KBC Nacht van de atletiek*, *Volleybal Noliko-Maaseik* en de *Proximus Diamonds Games*.

## Radio 2

Radio 2 bleef in 2006 het grootste radionet.

Het net heeft in 2006 zijn muziklijn verbreed.

Het net is hierdoor nu aantrekkelijker voor de jongere instroom van de doelgroep (vanaf 40-plus).

Tegelijk heeft het zijn regionale verankering versterkt, onder meer via het voeren van acties.

### Aanbod

Radio 2 werd uitdrukkelijk als muziekzender voorgesteld. Zo werden een *Week van de jaren 70*, een *Dag van de jaren 80* en een Dag van de jaren 60 georganiseerd. Om zijn muziekprofiel te belichten maakte Radio 2 in de week vóór *Zomerhit 2006* een speciaal aanloopprogramma (*Op weg naar Radio 2 Zomerhit*). Samen met Eén werd gedurende de zomermaanden het crossmediale project *1000 zonnen en garnalen* gerealiseerd.

Het programma *Ochtendpost* werd grondig vernieuwd: het werd actueler, er kwamen meer liveverslagen en de ontspanningsgraad werd verhoogd.

Verschillende programma's van Radio 2 besteedden aandacht aan culturele activiteiten in Vlaanderen. Het net ondersteunde en organiseerde zelf verschillende nationale en regionale evenementen met een culturele binding. (zie Evenementen)



De eregalerij voor de Vlaamse muziek plaatste Paul Michiels centraal.

In 2006 werd een nieuwe versie van de Radio 2-website gelanceerd. De nieuwe site zorgde ervoor dat *Radio 2 nog dichter bij de luisteraar staat*. Door middel van een regiokeuze kreeg de surfer op de hoofdpagina nieuws uit de gekozen regio aangeboden. Ook de programma-informatie uit de gekozen regio werd aangeboden. Bijna elke webpagina had een regionale bijdrage.

**De website zorgde ervoor dat Radio 2 nog dichter bij de luisteraar staat.**

### Evenementen

Radio 2 ondersteunde in 2006 cultuur in Vlaanderen, door de organisatie van of de steun aan tientallen evenementen:

- *Niets is zeker* en *De Prehistorie* brachten een speciale uitzending over Expo '58. Radio 2 Vlaams-Brabant zette een expositie op over de wereldtentoonstelling in het Amerikaans Theater op de Heizel in Brussel.
- Radio 2 Vlaams-Brabant organiseerde *Kunst op komst* waaraan alle gemeenten uit de provincie konden meedoen. De gemeente Landen won.
- Radio 2 Oost-Vlaanderen organiseerde de elfde editie van *Thuis voor een beeld*. De gemeente Wetteren won.
- Radio 2 zocht samen met de luisteraars naar het achtste wereldwonder. Dat werd het Fietsroutenetwerk van Limburg.

- Elke provincie verkoos haar “beste plein” via de regionale uitzendingen (*Ochtendpost*, *Middagpost* en *Avondpost*).
- *De eregalerij voor de Vlaamse muziek* plaatste Paul Michiels centraal.
- Samen met het Provinciebestuur ging Radio 2 Oost-Vlaanderen op zoek naar Boekegem 2006. Kruishoutem leverde de grootste inspanningen voor zijn openbare bibliotheek en werd verkozen tot winnaar.
- Op 20 en 21 juli was er *Radio 2 strijkt neer*. Een orkest met Vlaamse topmuzikanten en –artiesten bracht gratis concerten op twee pleinen aan de Vlaamse kust.

Radio 2 organiseerde nog heel wat andere eigen evenementen: *De Prehistorie Live-fuiven*, *Het speurneus-weekend*, *de Radio 2-tuindag*, *de Gordel*, *de Radio 2-wandeldag* en *Kokkerello & de Radio 2-kookdag*. Als mediapartner ondersteunde het net ook tal van andere evenementen, zoals: *Nieuwjaarsconcert Capitele*, *De Vlaamse renovatiedag*, *Bloso watersportdag*, *Vlaanderens kerstjumping*, *Antwerp diamond biljartweek*, *Leuvense stoverij*, *Paal op stelten* en *Dwars door Brakel*.

## Donna

In de eerste helft van 2006 evolueerde Donna naar een *hitzender die de luisteraar in een ongedwongen sfeer permanent op de hoogte houdt van wat er gebeurt in Vlaanderen en de wereld*. Het net bleef zich onderscheiden door zijn duidelijke informatieve rol. Donna hitbits bracht non-stop hits op digitale radio.

### Aanbod

Op Donna waren in de ochtend hits te horen. Overdag wisselde hitgevoelige muziek af met informatie. 's Avonds bood het net zich aan op een moderne en toegankelijke manier. Nieuws werd gedurende de hele dag in korte nieuwsflitsen uitgezonden. Donna werkte in 2006 aan de versterking van zijn profiel aan de hand van acties, een ruime visibiliteit en een duidelijk aanbod.



Donna nam ten opzichte van de culturele opdracht een signaalfunctie op. Onder meer in het middagprogramma van *Evy Gruyaert* kwamen regelmatig culturele items aan bod.

De website van Donna sloot nauw aan bij de radio-uitzendingen. De *Donna Top 2006* kreeg een afzonderlijke website. Andere projecten waren: de live-webverslaggeving van Donna's Summer City, de weblog van de Clouseau-maand, een wedstrijd bij de release van *The Da Vinci Code* en een subsite over de *80's week*.

### Acties en evenementen

Donna ondersteunde met allerlei acties en evenementen de muziek- en filmsector: de Clouseau-maand<sup>28</sup>, de acties rond concerten van internationale artiesten (zoals *Slaap in bed met Robbie* rond het Robbie Williams-concert), *Summercity* in Antwerpen, de showcases met artiesten (zoals Hooverphonic en Axelle Red), de acties bij verschillende filmpremières en dvd-releases, de *Top 2006* op locatie in Sint-Truiden, ... Het net organiseerde ook een aantal dansfeesten, onder andere de *Donna Soirée-fuiven*, de *Hitclub-fuiven* en *Donna's Summer City*. Donna werkte ook mee aan: Openbedrijvendag, verschillende filmpresentaties (Munich, De hel van Tanger, Firewall, Windkracht 10, ...), Unizo-startersdag, ...

**Donna nam ten opzichte van de culturele opdracht een signaalfunctie op.**



<sup>28</sup> Naar aanleiding van de concertreeks Clouseau in 't dubbel was november 2006 "Clouseau-maand" bij Donna. Op 1 november stonden de programma's van David Van Ooteghem en Evy Gruyaert in het teken van Clouseau. Er werden enkele wedstrijden rond Clouseau georganiseerd. Op 1 december werd samen met Het Nieuwsblad door de luisteraars en lezers gezocht naar de favoriete Clouseauhits. Een pagina op de website van Donna bevatte onder andere een blog van Koen en Kris Wauters. Via de internetradiospeler en op DAB werd een tijdelijk net opgezet met muziek van Clouseau en interviews.

## VRT-imagocampagnes in 2006

De VRT gebruikte in 2006 imagocampagnes om de kernwaarden van de netten en nieuw aanbod bij een breed publiek bekend te maken:

- Radio 1 versterkte zijn imago met campagnes over het thema *Even de draad kwijt*, het thema *Meteen mee*, de *Tour*, de gemeenteraadsverkiezingen, *Big Bang* en *100 op 1*.
- Sporza-radio voerde regelmatig campagne rond belangrijke sportwedstrijden en de *Ronde van Frankrijk*.
- Radio 2 voerde campagne rond het thema *Altijd dicht bij jou*, de jaren-zeventig-week, de *Tuindag*, het thema *Radio 2 strijkt neer*, *Zomerhit*, de *Gordel*, de *Wandeldag*, de *Kookdag*, het thema *Een warme winter dankzij Radio 2* en de *Gouden 200*.
- Voor Donna werd campagne gevoerd rond het thema *Make my day*, de *Ochtend van Donna*, *Madonna in New York*, *September muziekmaand*, *Clouseau*, *Word presentator* en de *Top 2006*.
- De jongerenzender Studio Brussel pakte uit met campagnes rond *Bekentenissen*, *StuBruTV<sup>29</sup>*, *StuBru Punt Uit*, *All Areas*, *Love Boat Party*, *Stickeractie*, *Music for Life* en de *Tijdloze*.
- Klara werkte aan zijn imago met behulp van campagnes voor *Klara in het Paleis*, *De Mozart-tiendaagse*, *Klara in Geel*, de *Kunskaravaan*, *Het Klara-Festival van Vlaanderen*, de *Klara Muziekprijzen* en de *Klara Top 75*.
- RVi had een imagocampagne onder het motto *Neem eens stukje Vlaanderen mee naar het buitenland*.
- Eén lanceerde een nieuwe baseline: *Alles begint bij Eén*. Dit motto vertrok vanuit het idee dat goede tv-programma's "iets doen met de mensen" en authentieke emoties brengen. Een campagne ondersteunde deze visie. Per campagnegolf werd een emotie uitgelicht: in september was het 'verbazing', in oktober 'lachen'.
- Canvas voerde campagne over zichzelf onder het motto *Canvas, Mag het iets meer zijn*. Om "de humor en het lef" van Canvas te promoten werd campagne gevoerd op radio en tv en werd een speciaal internetplatform (canvas.be/gevulde-feesten) ontwikkeld.



Imagocampagne voor Klara

- De lanceringscampagne van het vernieuwde Ketnet met de slogan *Vergroot je speelruimte* werd gevoerd op radio en tv en met straataffiches. In december ging de Ketnet-fan-campagne van start. Kinderen konden met eigen creaties tonen dat ze Ketnet-fan zijn. De winnaars kregen een wrapper op bezoek.
- VRTnieuws.net zette zijn imagocampagne met de baseline *Het nieuws staat niet stil* verder. Het multimediale karakter van de site werd daarbij beklemtoond. Er waren ook campagnes over de online-quiz en over de sms-nieuwsflitsen.
- De VRT voerde campagne rond de crossmediale aanpak van de gemeente- en provincieraadsverkiezingen.
- Rond DAB werd een tv-campagne gevoerd onder het motto *Het klinkt beter op DAB*.
- Met het crossmediale project *Media Morgen* belichtte de VRT de rol van de nieuwe media voor de samenleving.

<sup>29</sup> StuBruTV was een campagne op radio, tv en internet over de ontstaansgeschiedenis van een televisiezender. De campagne kreeg veel redactionele aandacht in de geschreven pers.





## Studio Brussel

Studio Brussel bleef in 2006 aantrekkelijke radio maken voor jongeren van vandaag. Het net werkt intensief aan de multimediale uitbouw van zijn merk. Het doelpubliek van Studio Brussel luistert immers meer en meer op andere manieren naar radio.

### Aanbod

Het ochtendblok van Studio Brussel werd succesvol geheroriënteerd met *De grote Peter Van De Veire Ochtendshow*. In mei was er *Album 100*, waarin de luisteraars de beste 100 albums aller tijden verkozen. *Smells like teen spirit* van Nirvana werd als beste album verkozen. In juni was er *Johnny from the Blok* om studenten door de examenperiode te loodsen. Het programma *All Areas* was aanwezig op diverse zomerfestivals (zoals Werchter, Dour, Graspop en Pukkelpop). In het najaar was er de zesdaagse marathonzending *Music for Life* (zie p. 59), die heel succesvol was. *De Tijdloze 100* verkoos *Smells like teen spirit* van Nirvana op één.

**Verschiede programma's worden als podcast aangeboden.**

Culturele onderwerpen kwamen ook op Studio Brussel aan bod, zoals in *De grote Peter Van De Veire ochtendshow* en *Brussel Midi*.



Met *Mekka* had het net ook dagelijks een cultuurprogramma. Het net hield specifiek een vinger aan de pols van de jongerencultuur.

Stubru.be heeft in 2006 zijn aanbod verder uitgebreid. Verschillende programma's worden als podcast aangeboden. (zie p. 49) De website besteedde veel aandacht aan de muziekfestivals: *StuBru Punt Uit*, *Rock Werchter*, *Graspop*, *Dour*, *10 Days Off*, *0110*, ... Met de *Speakerbox* kun je op de website nieuwe cd's beluisteren en enkele videoclips bekijken. Voor *Music for Life* (zie p. 59) en *Hype Channel* (een programma dat elke week op zoek gaat naar nieuwe muziek op het internet) werden aparte blogs uitgebouwd.

### Evenementen

Door evenementen (mee) te organiseren ondersteunde Studio Brussel extra zijn band met de jongerencultuur:

- Marconi-orkesten met jong Vlaams en internationaal talent.
- Studio Brussel steunde *De Kunstbende*. Dit was gekoppeld aan een wedstrijd met categorieën als performance, games, sites, video, ontwerpen, fotografie, muziek en dans.
- Studio Brussel is partner van *De Nachten*, een festival waar literatuur, muziek en beeldende kunsten elkaar ontmoeten.
- *StuBru Punt Uit*, *Love Boat Party*, *Music for life*, *SuperNova*, ...

Ook als mediapartner werkte Studio Brussel mee aan tal van evenementen, zoals *Enterrock*, *Les nuits Botanique*, *Arendonk zingt*, *Tomorrowland*, *Feest in het park*, *De nacht van het openbaar vervoer*, *Straatfeesten Kalmthout* en *Tournee Scala*.

## Klara



Klara is het cultuurnet van VRT-radio en hét referentiemerk voor de cultuur-luisteraar in Vlaanderen. Klassieke muziek en cultuur in het algemeen vormen het aanbod van het net. Klara heeft een sterke Vlaamse identiteit en is prominent aanwezig in het cultuurleven.

## Aanbod

Klara bracht in 2006 verschillende nieuwe programma's in zijn uitzendschema. De *Top 75* (een uitzending met de top 75 van de klassieke muziek) ging gepaard met de *Staten-generaal van de Klassieke Muziek* en de uitreiking van de *Klara-Muziekprijzen* in de Bijloke in Gent.

Klara begon 2006 met een tiendaags radio-evenement rond het 250ste geboortjaar van W.A. Mozart. Tien dagen lang werd onafgebroken muziek van Mozart gebracht. Het slot van het evenement viel samen met *Klara in het Paleis*.

Het net zond de uitreiking van de *Cultuurprijzen van de Vlaamse Gemeenschap* rechtstreeks uit. De *Klara-Publieksprijs*<sup>30</sup> ging naar *Boombal*.

De *Kunstkaraavaan* zond verschillende keren rechtstreeks uit vanuit onder meer het Paleis voor Schone Kunsten Brussel, het Koninklijk Museum voor Schone Kunsten Antwerpen, het Museum voor Moderne Kunst Oostende en Watou (rond de Poëziezomer).



Rechtstreekse uitzendingen van Klara in De Kunstkaraavaan

Het net had ook uitzendevenementen, onder meer met de actie *Boodschap zonder naam* en de *Schumanweek*.

Klara ondersteunde de culturele diversiteit in Vlaanderen ook met zijn website, publicaties (zoals het maandblad *Muziek en Woord* en het cd-label *Klara*) en evenementen. (zie Evenementen)

Klara.be biedt informatie over de programmering van het radionet, de tip van de dag en per programma de playlists. Het programma *Rambblas* kreeg een eigen blog met columns, discussie, nieuws, tips en video. Bij grote evenementen werd de website steeds ingeschakeld. In het kader van het KlaraFestival werd een aparte site ontwikkeld in samenwerking met het Festival van Vlaanderen.

## Klara continuo

Het digitale muziekkanaal Klara continuo zendt 24 uur per dag uit. Het net biedt een continue stroom aan klassieke muziek. Het kan worden beluisterd via digitale radiotoestellen en via de digitale radiospeler op het internet.

## Evenementen

De bekendste evenementen van Klara in 2006:

- De *Klara-Muziekprijzen* werden uitgereikt tijdens de *Staten-generaal van de Klassieke Muziek* in de Bijloke in Gent. Het Klara-team koos drie van de vijf laureaten: Ricercar Consort met Philippe Pierlot voor beste klassieke cd, Day is done van Brad Mehldau Trio voor beste jazz-cd en Qawwali Flamenco voor beste wereldmuziek. De luisteraars konden stemmen voor de twee publieksprijzen: de beste internationale cd van het jaar (voor Debussy – Brewaëys: Preludes door de Filharmonie onder leiding van Daniele Callegari) en de beste Vlaamse productie (voor Swerts: Klarinetkwintet, Strijkkwartet nr. 2 door Roeland Hendriks en Tempera String Quartet). De *Klara-Carrièreprijs* (bekroning van de carrière van een Vlaams musicus) werd in 2006 toegekend aan Frédéric Devreese.

<sup>30</sup> Een prijs van het Klara-publiek in het kader van de Cultuurprijzen.

**Klara heeft een sterke Vlaamse identiteit en is prominent aanwezig in het cultuurleven.**



- *Klara in het Paleis* stond in 2006 in het teken van het 250ste geboortjaar van Mozart.
- *De Bekoring* was het thema van *Het Klara-Festival van Vlaanderen* in Brussel. Voor deze derde editie werkten Klara (samen met Canvas), *Het Festival van Vlaanderen* en *Bozar* samen met *Het Kaaitheater*. Ter gelegenheid van het Finse voorzitterschap van de Europese Unie stonden Finse muzikanten en Fins repertoire op het programma.
- Tijdens het pinksterweekend streek *Klara* neer in *Geel*. Het jaarlijkse evenement is een Klara-trefdag met een reeks concerten in een middelgrote Vlaamse stad. Naast concerten worden er ook wandelingen en fietstochten georganiseerd. Zo wordt de evenementbezoeker aangetrokken tot het culturele aanbod van de stad. In 2006 deden een aantal Geelse fanfares en harmonies mee aan het evenement. Zo ontstond ook *het Boombal met Klara*.

Klara werkte als mediapartner mee aan veel andere cultuurevenementen. Een willekeurige greep uit die initiatieven: *Beaufort 2006*, *Dag van het deeltijds kunstonderwijs*, *Jazz stories*, *Nacht van de geschiedenis*, *Kunstenfestival 0090*, *Herkenrode festival*, *Trefpunt Gentse feesten*, *Het andere boek*, *Klassiek in de academiezaal* en *Erfgoed Vlaanderen*.

## RVi

Radio Vlaanderen Internationaal (RVi) is het radio- en website-aanbod van de VRT dat gericht is op Vlamingen in het buitenland en buitenlanders in Vlaanderen. Het RVi-aanbod probeert voor beiden de band met Vlaanderen te versterken. RVi heeft zich in 2006 sterk toegelegd op de wisselwerking tussen radio en internet.

RVi 1 is via satelliet te ontvangen in het grootste deel van de wereld. Tussen 6 en 24 uur kan het net in Europa ook via de middengolf beluisterd worden. De zender brengt een mix van Radio 1-, Radio 2- en eigen RVi-programma's. De nadruk ligt op informatie. RVi 2 is via satelliet te ontvangen in Europa. Het brengt een ont-

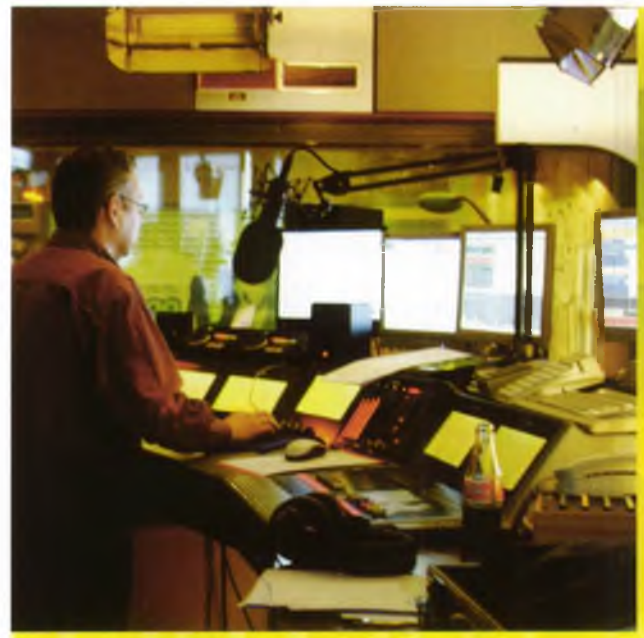
spannend aanbod met een mix van Radio 2-, Donna- en eigen RVi-programma's.

Het RVi-magazine *Vlaanderen Vandaag* richtte zich in 2006 met algemene informatie op Vlamingen in het buitenland en op Vlamingen met belangstelling voor het buitenland.

***RVi heeft zich in 2006 sterk toegelegd op de wisselwerking tussen radio en internet.***

Items uit *Vlaanderen Vandaag* werden ook geplaatst op rvi.be. In 2006 werd het forum op de site verder ontwikkeld. Een nieuwe rubriek is de *wisselkoers-omrekenaar*. *Het Gesprek van de week* werd aangeboden via podcast.

Het RVi-programmaboekje editie 2006 werd verdeeld op de Belgische diplomatieke posten in het buitenland, in samenwerking met Buitenlandse Zaken.



## 1.2. De cijfers

### Het mediagebruik van de Vlaming

Uit tijdsbestedingsonderzoek van de VUB<sup>31</sup> blijkt dat de Vlaming, in 2004-2005, gemiddeld in een week 27 uur en 24 minuten vrije tijd had en het grootste deel daarvan besteedde aan mediagebruik. De resultaten van de *Plurimedia-producten-studie van het CIM (PMP)* over de jaren heen laten toe een evolutie te schetsen van het mediagebruik. Het gebruik van internet groeide de voorbije jaren sterk. Toch was de toename in 2006 minder groot dan de voorgaande jaren. In 2006 had (gemiddeld per maand) 56,5 % van de Vlamingen van 15 jaar of ouder gebruik gemaakt van het internet. Het totaalbereik van de maandbladen was opnieuw gestegen, terwijl het gebruik van de andere media stabiel was gebleven.

In 2006 keek 67,4% van de Vlamingen ouder dan 4 jaar op een gemiddelde dag minstens 15 minuten naar tv. Ten opzichte van 2005 is dat een daling van 0,7 procentpunten. In 2006 komt het gemiddelde weekbereik voor tv als totaliteit op 90,6%. Dat is een daling van 0,5 procentpunten ten opzichte van 2005. Het bereik van het medium televisie daalde dus in 2006.

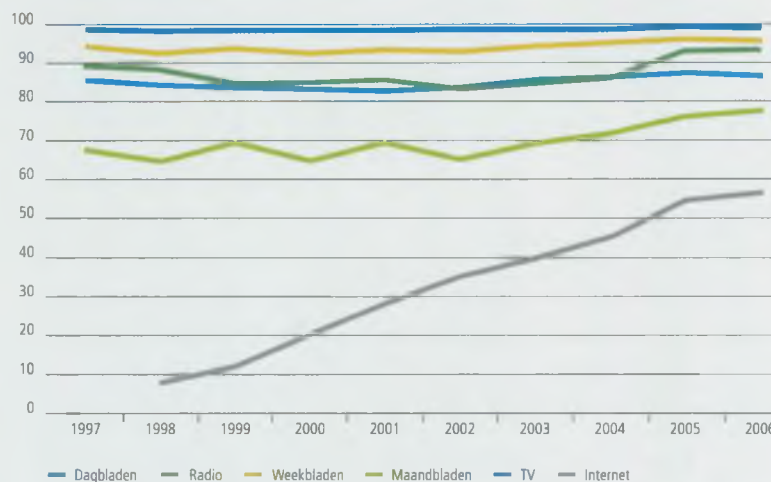
In 2006 luisterde 80% van de Vlamingen ouder dan 12 jaar op een gemiddelde dag minstens 15 minuten naar radio. Ten opzichte van 2005 is dat een lichte stijging van 1,1 procentpunten. In 2006 komt het gemiddelde weekbereik voor radio als totaliteit op 91,4%, ongeveer evenveel als in 2005 (91,5%).

D2.0 is het vervolgonderzoek van de VRT uit 2006 op het oorspronkelijke driehoeksonderzoek uit 2005. In D2.0 werd onder andere gepeild naar de verwachtingen over, de perceptie van en het gebruik van de nieuwe mediatoepassingen bij de mediagebruiker.

Twee conclusies uit het D2.0-onderzoek zijn dat de mediawereld zich verder diversifieert en dat de nieuwe media een steeds belangrijker plaats in de totale tijdsbesteding van de Vlaming innemen. Het speelveld van de nieuwe media is vergroot. Tegelijk kunnen ze vaak beter tegemoetkomen aan het motivationele behoeftenkader van de mediagebruiker. Dat betekent ook dat radio en televisie concurrentie krijgen op eigen terrein.

In datzelfde onderzoek werd ook vastgesteld dat het belang van tijdsonafhankelijk (wanneer men wil) en plaatsonafhankelijk (waar men wil) mediagebruik gestaag toeneemt. De vraag naar het aanbieden van bestaande succesvolle content op tijdsonafhankelijke media sluit daarbij aan.

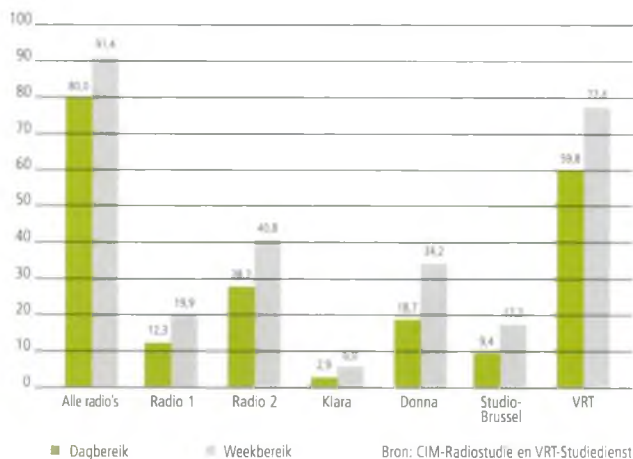
#### Het percentage Vlamingen dat de voorbije maand onderstaande media heeft gebruikt



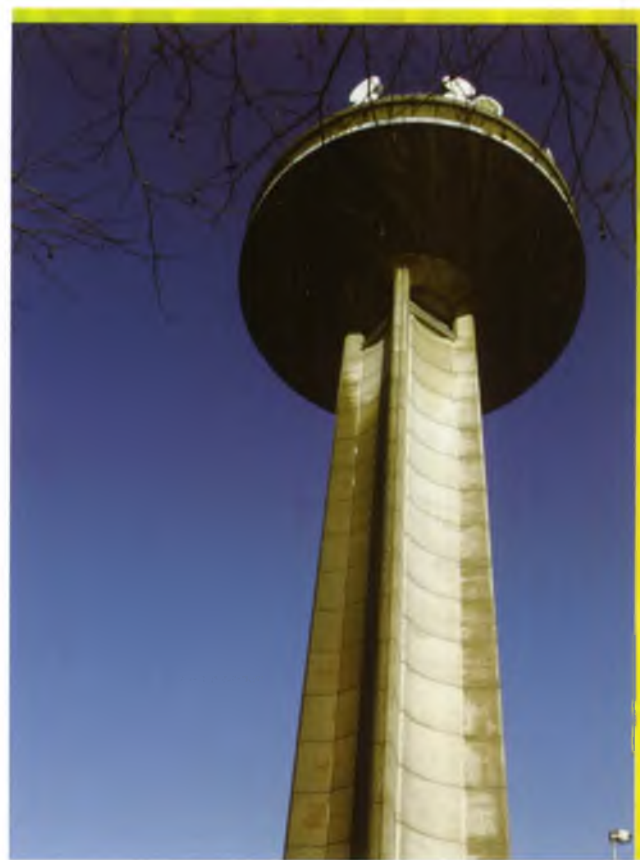
Bron: CIM - PMP 1997-2006

VRT-Radio gebruikt de CIM-cijfers om het relatieve weekbereik te berekenen. In 2006 luisterden 4.037.300 personen<sup>32</sup> minstens 10 minuten per week naar een van de VRT-radionetten. Daarmee haalde de VRT-Radio een relatief weekbereik van 84,7%<sup>33</sup> en een absoluut weekbereik van 77,4%<sup>34</sup>. Per dag bereikte de VRT in 2006 3.118.900 luisteraars (59,8% van alle Vlamingen). VRT-Radio voldoet daarmee ruim aan de vooropgestelde quota uit de beheersovereenkomst. In elke sociodemografische groep haalt VRT-Radio een relatief weekbereik dat ruim hoger ligt dan de vereiste 65%. Radio 2 had in 2006 een absoluut weekbereik van 40,8%. Bij Donna bedroeg het absolute weekbereik 34,2%, bij Radio 1 19,9%, bij Studio Brussel 17,3% en bij Klara ten slotte 6,0%.

#### Dag- en weekbereik van de VRT-radionetten (in %)



Radio 1 piekte met het verslaan van de gemeenteraadsverkiezingen, de programmatie rond *11 september* en *100 op 1*. Radio 2 kon nog meer dan gebruikelijk luisteraars aantrekken met onder andere een actie over smaak op de *Tuindag*, de periode rond *Eurosong*, een wedstrijd waarmee een reis te winnen was en de *Gouden 200*. Klara had qua luisterbereik verschillende topperiodes. Het waren onder andere: de *Mozart-tiendagse*, het *Klarafestival* en de *Top 75*.



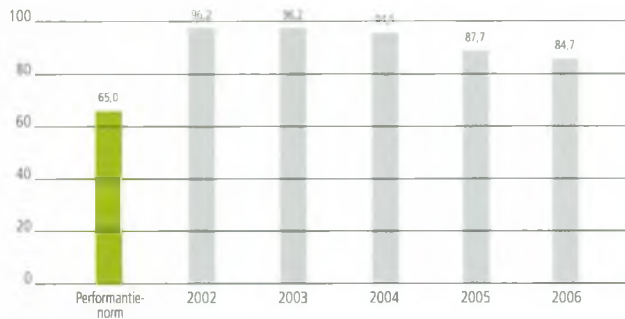
Tijdens *Music for Life* waren er meer luisteraars dan gewoonlijk voor Studio Brussel. Op 23 december 2006 bereikte het net zijn luisterrecord. In totaal luisterden tijdens de zesdaagse marathon bijna 1,5 miljoen Vlamingen naar (een deel van) de actie. Er waren 20.000 luisteraars per dag die de live-audiostream op het internet volgden. Ook de 0110-concerten en *All areas Rock Werchter* scoorden goed op Studio Brussel. Donna trok extra luisteraars aan met een wedstrijd waarmee een auto te winnen was, een koopjesactie, de *eighties-week*, *Clouseau live* en de *Top 2006* (eigen onderzoek VRT).

<sup>32</sup> Bij het radiobereik wordt enkel rekening gehouden met de personen van 12 jaar of ouder, omdat volgens CIM-afspraken -12-jarigen geen dagboek ter zake bijhouden.

<sup>33</sup> Dit cijfer duidt de verhouding aan van het aantal Vlamingen dat gedurende 1 week 10 minuten geluisterd heeft naar een VRT-radionet ten opzichte van het aantal Vlamingen dat gedurende 1 week minimaal 10 minuten naar de radio geluisterd heeft.

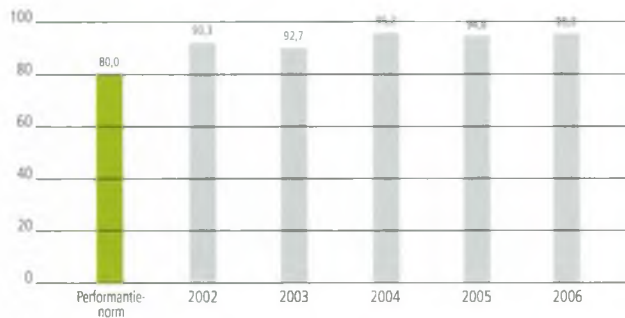
<sup>34</sup> Dit cijfer slaat op het aantal Vlamingen van 12 jaar en ouder dat gedurende 1 week minimaal 10 minuten naar een VRT-radionet geluisterd heeft.

### Evolutie relatief weekbereik VRT-radio 2001-2006 (in %)



Bron: CIM-Radiostudie en VRT-Studiedienst

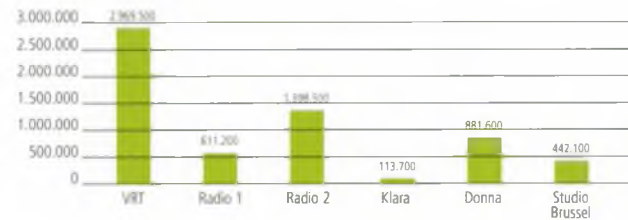
### Evolutie nieuwsperformantie VRT-radio 2001-2006 (in %)



Bron: CIM-Radiostudie en VRT-Studiedienst

VRT-Radio bereikte in 2006 per dag 95,3% van alle VRT-luisteraars met zijn nieuwsbulletins, of 57% (of 2.969.500 luisteraars) van alle Vlamingen die 12 jaar of ouder zijn.

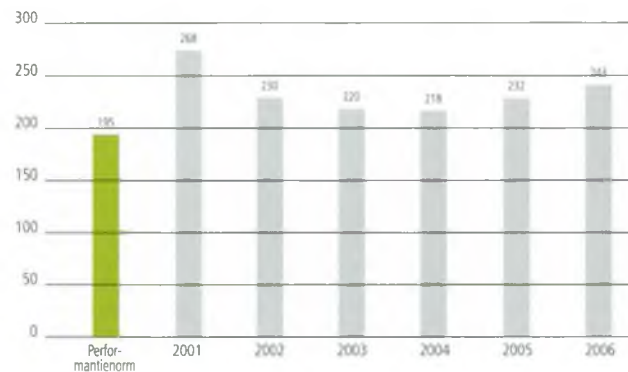
### Gemiddeld dagbereik van alle nieuwsuitzendingen per net in 2006 (ma-zo)



Bron: CIM-Radiostudie en VRT-Studiedienst

In 2006 bedroeg de gemiddelde luisterduur<sup>35</sup> voor VRT-Radio 243 minuten per dag. Daarmee voldoet VRT-Radio ruim aan de vooropgestelde luisterduur (195 minuten). Naar leeftijd luisteren jongeren minder naar VRT-Radio (12- tot 17-jarigen: 98 minuten). Ook studenten (154 minuten). Naar opleiding luisteren mensen met een universitair diploma (187 minuten) traditioneel minder. De groep 55- tot 64-jarigen luisteren het meest naar de radio: 295 minuten per dag. Zelfstandigen (328 minuten) luisteren het langst naar de VRT-Radio. Luisteraars met een hoger secundair of technisch diploma luisteren in vergelijking met de andere opleidingsgroepen het langst (260 minuten).

### Evolutie luisterduur VRT-radio 2001-2006 (in minuten)



Bron: CIM-Radiostudie en VRT-Studiedienst

<sup>35</sup> Gemiddelde luisterduur is het aantal minuten dat een luisteraar van VRT-Radio op een gemiddelde dag naar VRT-Radio luisteren.



Gedurende de periode van de Beheersovereenkomst 2002-2006 presteerde VRT-Radio permanent zeer goed. De VRT-radionetten overtroffen op alle vlakken stelselmatig de normen (aantal uitzenduren, relatief weekbereik, gemiddelde luisterduur en nieuwsbereik) die in de beheersovereenkomst staan vooropgesteld. Dat blijkt uit bijgaande tabel.

#### Kwantitatieve performantiemaatstaven VRT-Radio – 2002-2006

Performantiemaatstaf	Norm	2002	2003	2004	2005	2006
Relatief weekbereik	65%	96,2%	96,2%	94,5%	87,7%	84,7%
Gemiddelde luisterduur	195 min.	230 min.	220 min.	218 min.	232 min.	243 min.
Nieuwsperformantie	80%	93,3%	92,7%	95,2%	94,8%	95,3%
Uitzenduren (per jaar)	48.000 uren	59.183 uren	61.314 uren	74.988 uren	72.417 uren	71.648 uren

Bron: CIM-Radiostudie en VRT-Studiedienst

## Het Feest van de Vlaamse Gemeenschap

De Vlaamse Feestdag kreeg op alle VRT-netten uitgebreid aandacht in diverse programma's en in het bijzonder in de nieuwsuitzendingen. De officiële vieringen en de talloze feestelijkheden overal in Vlaanderen kwamen daarin aan bod. De meeste programma's werden feestelijk omkaderd met muziek van Vlaamse makelij. Een campagne ondersteunde *Vlaanderen Feest!*

Radio 1 bracht verslag uit van de feestelijkheden. In *Voor de dag* ging de aandacht naar de feestcheques, de Guldensporenslag en de betekenis van 11 juli voor de gewone Vlaming en werd een verslag gebracht van *De gulden ontsporing*. In *Naast de kwestie* werden de resultaten van een enquête bekend gemaakt en werd gepeild naar de 11 juli-beleving van Geert Bourgeois en Rik Torfs. In *De wandelgangen* stonden de politieke afscheidstoespraak van Norbert De Batselier en de evolutie van de Guldensporenvieringen centraal.

De programmering van Radio 2 liep onder de vlag *Vlaanderen feest, Radio 2 viert mee*. De hele dag werden uitsluitend Vlaamse artiesten en producties gebracht en de kanshebbers voor de *Zomerhit 2006* voorgesteld. *Feestwekker* gaf een overzicht van de feestelijkheden in Vlaanderen. *Het Terras* interviewde Vlamingen die vrij hadden over de Vlaamse feestdag. In *Zomertijd* werd het slotconcert van *De gulden ontsporing* met *Bart Peeters en gasten*<sup>36</sup> uitgezonden. De verschillende ontkoppelde programma's (zoals in *Middag- en Avondpost*) besteedden extra aandacht aan de feestelijkheden uit de regio.

Klara programmeerde op 11 juli extra veel muziek van Vlaamse componisten. In het ochtendblok van *Fred Brouwers* kwam een quizvraag over de Vlaamse Cultuurprijzen, de kijk van een buitenlandse musicus (Eric Hoeprich) op Vlaanderen en een reportage rond

*Vlaanderen* zingt. In *Alhambra* was Bob van Reeth te gast om te praten over architectuur in Vlaanderen. In *Déjeuner sur l'herbe* werd gefocust op muziek van Vlaamse uitvoerders. *Podium* vulde zijn avond onder de titel *Het VRO in Vlaams vaarwater* met muziek van Vlaamse componisten. *Mixtuur* zette Brussel centraal.

Op Studio Brussel werd de hele dag extra veel Vlaamse muziek gedraaid. Het verzoekprogramma *Choose life* stond volledig in het teken van de Vlaamse feestdag. In het programma kwamen de favoriete Vlaamse en Nederlandstalige nummers van de luisteraars van Studio Brussel aan bod.

**De Vlaamse Feestdag kreeg op alle VRT-netten uitgebreid aandacht.**

In het ochtendprogramma van *Marc Pinte* op Donna waren enkel Vlaamse producties te horen. In het programma van *Kristien Maes* werd een Vlaamse Top 15 samengesteld door de luisteraars.

Bij RVI werd in de eigen programma's stilgestaan bij het *Museum Kortrijk 1302* en het feestlied *Vlaanderen feest*. Op de website kwam extra achtergrondinformatie rond het *Museum Kortrijk 1302* en werd een verslag van *De gulden ontsporing* als aanbod-op-aanvraag aangeboden.

Canvas zond een portret uit van *Jean Daskalides, de zoetste Belg*.

Het programma van *Vlaanderen Feest!* kreeg op Eén uitgebreide redactionele aandacht in *Het Journaal*, de hosting, *1000 zonnen en garnalen* en *De rode loper*. Daarnaast bracht Eén op 11 juli live verslag uit van *Bart Peeters en gasten*.

<sup>36</sup> Dit was een groot muziekfeest op de Grote Markt van Brussel waarin Bart Peeters samen met andere Vlaamse artiesten van 11 juli een muzikale Vlaamse feestdag maakte.



## 2. Televisie

De VRT-televisienetten leverden in 2006 opnieuw sterke prestaties. Eén, Canvas en Ketnet pakten stevast uit met kwaliteitsvolle programma's die een sterke binding met de Vlaamse samenleving hebben. Het aanbod was toegankelijk voor het brede publiek en weerspiegelde een culturele, maatschappelijke, sociale en democratische meerwaarde. Die meerwaarde verzekert de VRT-netten dat ze een belangrijke rol zullen blijven spelen in het mediagebruik van de Vlamingen.

Eén vervulde zijn openbare opdracht om zoveel mogelijk Vlamingen te bereiken met een divers aanbod aan informatie, cultuur, sport, educatie, fictie, humor en ontspanning. Het net vergrootte zijn marktaandeel en kreeg van de mediagebruiker hoge waarderingcijfers. Eén onderscheidde zich als generalistisch net door een kwalitatief hoogstaand aanbod voor een breed publiek te bieden. Het verbindende karakter van Eén werd benadrukt

***Eén, Canvas en Ketnet pakten stevast uit met kwaliteitsvolle programma's die een sterke binding met de Vlaamse samenleving hebben.***

door programma's die respectvol omgaan met iedereen en die tegelijk een band scheppen met de kijkers.

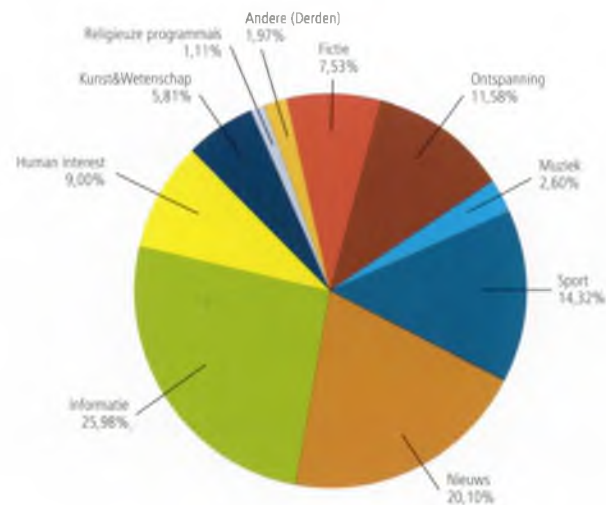
Canvas streefde naar de grootst mogelijke diversiteit aan programma's. Het net gaf prioriteit aan de vernieuwing van zijn eigen producties rond geschiedenis, wetenschap en "diepgaand gesprek".

Ketnet investeerde verder in zijn Vlaamse en betrouwbare imago. Het net verloor wel terrein door het veranderende concurrentiële klimaat. Ook het brengen van sportprogramma's in Ketnettijd en het feit dat één uitzendkanaal werd gedeeld met Canvas zorgden voor een programmering die niet optimaal was. De submerken van Ketnet werden gelanceerd in april 2006 en ontwikkelden zich sinds-

dien als referentiemerken voor de verschillende leeftijdscategorieën: K'tje van Ketnet sprak de jongste kijkertjes sterk aan. Ketnet richtte zich tot de 6- tot 9-jarigen. NT van Ketnet had met zijn experimentele aanpak sterke bijval bij de groep van 9- tot 12-jarigen.

### Eigen productie VRT-Televisie in 2006 (eerste uitzendingen: 3.058 uren)

Bron: VRT-Studiedienst



Voor televisie bedroeg de nettoprogrammazendtijd in 2006 9.440 uur. Ten opzichte van 2005 is dat een stijging van bijna 470 uur. In 2006 had Ketnet immers steeds een ochtendblok (dat was gestart in november 2005) en dus meer uitzenduren.

Er werden 3.058 uren aan door de VRT geproduceerde tv-programma's voor de eerste maal uitgezonden. Met inbegrip van de herhalingen was het volume aan eigen productie voor de VRT in 2006 5.028 uur. Dat is 53,3% van de nettoprogrammazendtijd.

***53,3% van de nettoprogrammazendtijd waren eigen producties.***

De categorieën Informatie en Nieuws vertegenwoordigen samen bijna de helft (46%) van het eigen aanbod dat voor de eerste maal werd uitgezonden.

### Samenwerking met het VAF

De VRT voerde in 2006 gesprekken met het Vlaams Audiovisueel Fonds over meer structurele samenwerking voor prestigieuze kwaliteitsfictie, documentaires, animatie, bioscoopfilms en experimentele fictie. De voorziene uitbreiding van de samenwerking zou een belangrijke impuls voor de Vlaamse beeldindustrie betekenen.

### Het aanbod-op-aanvraag

Het aanbod-op-aanvraag werd in 2006 stelselmatig uitgebreid. De belangrijkste knelpunten voor die uitbreiding (naast de rechtenproblematiek) waren de technologische beperkingen. Vooral de serverruimte bij de operatoren was nog onvoldoende groot voor de hoeveelheid content die omroepen en andere organisaties via digitale tv willen verspreiden. De VRT kon daardoor nog niet al zijn tv-aanbod onbeperkt aanbieden aan de digitale mediagebruikers.



De laatste show

## 2.1. Diversiteit en inhoudelijke vernieuwing

De beheersovereenkomst 2002-2006 legt op het vlak van televisie de klemtoon op de kwalitatieve uitbouw van het programma-aanbod op Eén, Canvas en Ketnet. Op basis van een zorgvuldig samengestelde mix van informatie, cultuur, educatie, sport, fictie van eigen bodem en kwaliteitsvolle ontspanning bestendigde VRT-Televisie in 2006 zijn toonaangevende positie tegenover de Vlaamse kijkers.

### Eén

In termen van marktaandelen is Eén sinds 2003 het grootste televisienet van Vlaanderen. Het net speelt voor de openbare omroep een belangrijke rol in de verspreiding van nieuws en informatie. Door een mix van ontspannende, aantrekkelijke en Vlaamse programma's rond de nieuwsuitzendingen wordt een groot publiek bereikt.

Eén is een toegankelijk televisienet dat streeft naar familiale herkenbaarheid. Het is leidinggevend op het vlak van informatie. Cultuur en educatie komen in hoofdzaak aan bod in toegankelijke programmaformules. Het ontspanningsgehalte is hoog, zonder dat het inhoudsloos, voveuristisch of sensatiebelust is.

Eén wil een positief en toch realistisch gevoel naar de kijkers uitstralen. Eén wil dit gevoel overbrengen naar elke inwoner van Vlaanderen en de sociale dynamiek bevorderen.

**Eén is leidinggevend  
op het vlak van  
informatie.**

### Aanbod

Eén had in 2006 een sterk informatief aanbod met zijn journaal-uitzendingen, het actualiteitenprogramma *Koppen*, *Villa politica* en *De zevende dag*. Opmerkelijk was de uitzending van *Koppen* die gewijd was aan koningin Paola: *De stem van de koningin*. Ook aan sport werd uitgebreid aandacht besteed. (zie verder)



Terug naar Siberië

Eén bracht in hoofdzaak cultuur via toegankelijke programma-formules: *Het Journaal*, *De rode loper*, *Man bijt hond*, *De laatste show*, *Vlaanderen Vakantieland*, ... Het boekenprogramma *Alles uit de kast* besteedde uitgebreid aandacht aan de passie van bekende en onbekende Vlamingen voor het boek en het lezen. Daarnaast waren er programma's die specifiek gericht waren op culturele beleving: concertregistraties (*Nieuwjaarsconcert in Wenen*, *Nekkanacht*, *Clouseau in 't Dubbel*, ...), filmklassiekers en dergelijke.

Op het vlak van Vlaamse fictie kregen de kijkers de tiende jaargang van *Thuis* te zien. Reeks drie van *Witse* werd getoond en met de vierde reeks werd in december gestart. *De parelvissers* bracht vernieuwende fictie voor een breed publiek. *Kinderen van Dewindt* werd heruitgezonden (de website van de reeks met uitgebreide ondernemersinformatie bleef succesvol). In de zomermaanden zond Eén verschillende Vlaamse films uit.

In de sector ontspanning had Eén met *Zo is er maar één* (waarin op zoek gegaan werd naar de mooiste Nederlandstalige liedjes) in het voorjaar en met *Steracteur Sterartiest* in het najaar succesvolle programma's die hoog werden gewaardeerd. Beide programma's

promootten Vlaamse muziek en muziktalent van eigen bodem. Dat was ook het geval voor *Eurosong* en *Eurosong for kids*. *Fata Morgana* (een programma dat alle waarden van Eén sterk uitspeelde) was voor de gemeenten een belangrijke stimulans voor de sociale cohesie.

## Zevensprong

De VRT startte in 2006 een omroepbreed traject met zeven projecten rond muziek van eigen bodem. Het kreeg de naam *Zevensprong*. Met het project verscherpt de VRT zijn aandacht voor de Vlaamse muziek en showbizz. De VRT wil hiermee zijn publieke missie ten aanzien van de culturele creativiteit in Vlaanderen benadrukken.

*Zevensprong* staat voor de ontwikkeling van programma's die grotendeels crossmediaal aangepakt zullen worden. In 2006 werden een aantal programma's (sprongen) van *Zevensprong* reeds uitgezonden: *Zo is er maar één*, de aandacht voor 11 juli op alle netten, *Steracteur Sterartiest*, *Eurosong* en *Eurosong for Kids*. Andere zijn nog in ontwikkeling (zoals een liedjeswedstrijd en een jaarlijkse uitreiking van muziekprijzen).

*De laatste show* en *De slimste mens ter wereld* bewezen opnieuw hun vaste waarde in de programmering van Eén. Ook de quizzen *De pappenheimers*, *Blokken* en *1 jaar gratis* toonden hun wervende kracht aan. *FC De kampioenen* bleef, zowel met herhalingen als met een nieuwe reeks, populair.

In de categorie reality werd het programma *Terug naar Siberië* alom gewaardeerd. Maar ook de programmareeksen onder de noemer van *Het leven zoals het is* (zoals *Planckendael* en *De Zoo*) bleven succesvol. *Zonnekinderen in Turkije* (een programma over mensen met een verstandelijke handicap) bevestigde de maatschappelijke meerwaarde die de VRT heeft.

De formule van *Het leven zoals het is* was ook nuttig op het vlak van kennis en wetenschap. Zo waren er reeksen onder de noemers *Spoedgevallen*, *Kinderziekenhuis* en *Inspecteurs*. Ook andere





Vlaanderen Sportland

programma's hadden een grote educatieve inslag, zoals *Dieren in nesten* en *Dik voor mekaar*. *Hoe?Zo!* loste op een populaire manier wetenschappelijke vragen op. Inzicht in de geschiedenis werd uit de doeken gedaan in *De grote geschiedenisshow*. Hoe de mediagebruiker omgaat met de nieuwste ontwikkelingen in de media kwam aan bod in *Media Morgen* (zie p. 56).

**Vlaanderen sportland sloot nauw aan bij de missie van Eén: sport verhoogt immers het groepsgevoel en de sociale cohesie.**

*Vlaanderen sportland* focuste op de actieve en recreatieve sportbeleving, sportomkadering en bekende en minder bekende sporten in Vlaanderen. Het programma kwam tot stand in samenwerking met de Vlaamse Gemeenschap, afdeling Cultuur, Jeugd en Sport. Het sloot nauw aan bij de missie van Eén: sport verhoogt immers het groepsgevoel en de sociale cohesie in de samenleving.

Aan de hand van reportages, portretten, gesprekken, tips, sportagenda's en uitdagingen werd Vlaanderen elke week "sportief doorgelicht". De mediagebruiker werd geïnformeerd en gemotiveerd om zelf actief te sporten. In een eerste reeks werd wekelijks gefocust op 'lopen', in een tweede op 'zwemmen'. Het tv-programma *Vlaanderen Sportland* werd multimediaal uitgebreid met de *Start to run*-podcast (zie p. 49).

De VRT bereikte met de Minister van Gelijke Kansen een akkoord over een programma rond de genderproblematiek. *Emma* is het resultaat ervan. Het programma<sup>37</sup> past in het project *MIV United, Perfect in Balans*. Dat project kadert in het *Europees Jaar voor Gelijke Kansen voor Iedereen* dat in 2007 plaatsvindt.

## BVN

BVN (Het Beste van Vlaanderen en Nederland) is de publieke televisiezender voor Vlamingen en Nederlanders in het buitenland. Het is een samenwerkingsverband tussen de VRT, de Nederlandse Publieke Omroep en de Nederlandse Wereldomroep. De satellietzender biedt een selectie uit het aanbod van Eén, Canvas, Ketnet en Nederland 1, 2 en 3.

Op 1 januari 2006 ging de nieuwe beheersovereenkomst 2006-2008 tussen BVN en de Vlaamse Gemeenschap in. Die overeenkomst bepaalt dat het Vlaamse aandeel in de totale programmering over het hele jaar gemeten ten minste 30% moet zijn. In 2006 is deze maatstaf gehaald. Voor de VRT leidde de nieuwe afspraak tot een toename in de werkingskosten.

In 2006 waren de Vlaamse hoogtepunten op BVN:

- Een speciale live-uitzending over de verkiezing van "Het beste BVN-programma van 2005". De winnaar werd *Witse*.
- De hele maand april stond in het teken van de Vlaamse film.
- De programmering werd op de dag van de gemeente- en provincieraadsverkiezingen (8 oktober) aangepast. De verkiezingsmarathon van Eén werd live overgenomen.

<sup>37</sup> Het programma werd vanaf januari 2007 uitgezonden



De website van Eén bood in 2006 achtergrondinformatie bij de programma's en de evenementen. Op de site was er een rubriek *veelgestelde vragen* en kon men zich kandidaat stellen om deel te nemen aan programma's of om opnames bij te wonen. In discussie-fora, gastenboeken en chatsessies werden discussies gevoerd over de inhoud van de programma's. Men kon er meedoen aan wedstrijden en spelletjes (onder andere *Blokken*) en fragmenten bekijken uit Eén-programma's zoals *Steracteur Sterartiest*, *Eurosong for kids* en *Zo is er maar één*. Er werd een creatieve wedstrijd georganiseerd ter ondersteuning van het *Creativity World Forum* in Gent.

Op de websites van *Eurosong* en *Eurosong for kids* kon de mediagebruiker achtergrondinformatie krijgen over de deelnemers en de wedstrijd.

### Evenementen

Om de band met de kijker zo sterk mogelijk te maken organiseerde Eén ook evenementen. Die vormden trouwens een essentieel onderdeel van *Fata morgana*. Andere evenementen waren onder andere: de fietstochten van *1000 zonnen en garnalen*, de *Thuisdag*, de *Flikkendag*, *Eurosong Live on Stage* en *Swingpaleis*



De parelvisser

*Live on Stage*. Het net steunde daarnaast kwaliteitsentertainment van eigen bodem, met onder andere de *Nekka-Nacht* en de 11 juli-festiviteiten. Het net was aanwezig bij premières van films, zoals *The Da Vinci Code*. Ondernemende en culturele initiatieven kregen steun van Eén, zoals *Dag van de klant* en *Open monumentendag*.

### Nieuws en duiding op VRT-Televisie

De TV-nieuwsdienst bracht (net zoals die van radio en online) waarheidsgetrouwe en onafhankelijke berichtgeving voor een breed publiek.<sup>38</sup> In 2006 werd door de TV-nieuwsdienst een belangrijke opdracht succesvol volbracht: informeren over de gemeente- en provincieraadsverkiezingen. Bij deze verkiezingen werd door de drie nieuwsdiensten intensief samengewerkt. (zie p. 52)

De binnenlandse berichtgeving was in 2006 opnieuw toonaangevend. Ook in de buitenlandse berichtgeving onderscheidde *Het Journaal* (en de andere programma's van de TV-nieuwsdienst) zich door vaak als enige een journalist ter plaatse te hebben bij een grote crisis.

De onderwerpen die het meest aan bod kwamen in de *Journaals* waren: de gemeente- en provincieraadsverkiezingen, de herstructurering van Volkswagen Vorst, de zaak-Erdal, de MP3-moord, de racistische moorden in Antwerpen, de verdwijning van Nathalie en Stacy, het corruptieschandaal in Wallonië, de vluchtelingencrisis in West-Afrika, de verkiezingen in Congo en Italië, het straatprotest in Parijs en Boedapest, en de crisis in Libanon.

**Er werd in de journaals meer aandacht besteed aan cultuur en economie.**

*Het Journaal* versterkte in 2006 zijn aanbod en breidde zijn verslaggeving uit. Er werd in de journaals en in *Terzake* (Canvas) meer aandacht besteed aan cultuur en economie. *Het Journaal* stuurde meer reporters op buitenlandse missie.

<sup>38</sup> In 2007 houden de drie afzonderlijke nieuwsdiensten van de VRT op te bestaan en komt er een eengemaakte nieuwsdienst.

Het dagelijkse actualiteitenmagazine *Karrewiet* (Ketnet) sloot nauw aan bij de leefwereld en het mediagebruik van de jongste kijkers. Het nieuwsaanbod werd uitgebreid met reportages van eigen reporters in binnen- en buitenland. Er ging in het programma veel aandacht naar het buitenland en de gemeente- en provincieraadsverkiezingen. Het magazine was ook te bekijken op ketnet.be en op de online 3D-wereld van *KetnetKick*. De *Karrewiet*-site bracht achtergrondinformatie en bood ruimte voor de mening en ideeën van de kinderen.

*Terzake* bracht elke weekdag duiding bij het nieuws met reportages en gesprekken. Het programma bleef leidinggevend als duidingsmagazine. *Terzake zaterdag* toonde kwaliteitsvolle reportages over internationale gebeurtenissen of evoluties. In juli en augustus bracht *Terzake* – zoals gebruikelijk – ook op weekdagen reportages over de actualiteit in de breedste zin van het woord.

#### Nieuwsuitzendingen per dag en per net in 2006 (gemiddeld in minuten per dag)

Net	Weekdagen	Zaterdag	Zondag
Eén	102	90	84
Canvas (*)	42	41	16
Ketnet	21	4	7

(\*) De volledige uitzending van *Terzake* van maandag tot en met zaterdag, zondag: zonder het Panorama-gedeelte.

Bron: VRT-Studiedienst

Na 23 uur was er op weekdagen *Morgen beter* (Canvas). Het programma werd in 2006 een vaste waarde als opiniërend discussieprogramma. Op vrijdag werd “het onderwerp van de week” besproken met de commentatoren of hoofdredacteurs van de Vlaamse kranten en weekbladen. Het programma heeft ook een discussieforum op Canvas.be en een wekelijkse chatsessie met de gasten uit het programma. Op zondagavond bracht *Panorama* (Canvas) documentaires over “current affairs”, zoals de ontwikkelingen in het Midden-Oosten, Irak, Iran, Rusland, China en de Verenigde Staten. Het programma bracht ook onderzoeksjournalistiek van eigen bodem. Zo werd er aandacht besteed aan de ziekenhuisbacterie, de voetbalmaffia, Subutex – zero privacy, huisjesmelkers, Inbev, gezinsdrama’s, de gemeenteraadsverkiezingen in Antwerpen en Coke NV.

\* Ook via livestreaming kan *Villa Politica* gevolgd worden.

*Koppen* (het duidingsprogramma op Eén) bereikte met actuele reportages een breed publiek. Het bracht in 2006 tweemaal per week telkens drie zelfgemaakte reportages. *Koppen Justitie* ging elke maand in op wat zich afspeelt achter de schermen van justitie en politie. *De zevende dag* (Eén) versterkte als breed zondagochtendprogramma zijn marktpositie. *Villa Politica* (Eén) versloeg rechtstreeks de debatten en de politieke ontwikkelingen in het Vlaams Parlement (op woensdagmiddag) en de Kamer (op donderdagmiddag).

Verschillende duidingsprogramma’s kregen op het internet een tweede leven. *Villa Politica*<sup>39</sup> en *Morgen beter* konden herbekeken worden op VRTnieuws.net.

## Canvas



Canvas brengt diepgravende en kritische informatie over alle domeinen van de samenleving. Het net onderscheidt zich met uitdiepende programma’s en een grote gelaagdheid. Canvas combineert sterke verhalen met alertheid en verrassende creativiteit. Met zijn programma’s speelt Canvas geregeld in op de actualiteit en herdenkingen.

### Aanbod

Canvas vulde in 2006 de openbare opdracht rond informatie met sleutelprogramma’s zoals *Terzake*, *Morgen beter* en *Panorama*. (zie p. 51-52)

**Canvas combineert sterke verhalen met alertheid en verrassende creativiteit.**

De muziekprogramma’s vormden een belangrijke pijler in het culturaanbod van Canvas. *Plankenkoorts* bracht klassieke muziek. Naar aanleiding van het Mozartjaar waren er documentaires en muziekopvoeringen. Verder was er onder andere aandacht voor het werk van Beethoven en Vlaamse musici en componisten. *Muziek op zondag* bracht een reeks portretten over artiesten in de serie *Dit is Belgisch*.

Het programma schonk in de reeks *Brussel Vlaams de luxe* aandacht aan jong talent en gevestigde waarden uit Vlaanderen. Andere hoogtepunten waren de uitzendingen rond de *Zamu Awards*, *Humo's Pop poll de luxe* en de *0110-concerten*.

In het voorjaar 2006 bracht Canvas de culturele talkshow *De leeuw in Vlaanderen* waarbij elke week het culturele aanbod in Vlaanderen werd doorgelicht. Verder werd de aandacht voor cultuur gespreid over documentaires (zoals *Meesterwerken* en *Hoe kunst de wereld maakt*), docu-drama (zoals *The Impressionists*), culturele reeksen (zoals *Egypt* en *Around the world in 80 treasures*) en muziekprogramma's (zoals *Plankenkoorts*, zie p. 32). Ook *Terzake* en de zondagavondfrequentie van "een diepgaand gesprek" (zie p. 34) stonden regelmatig in het teken van cultuur.

*De rechtvaardige rechters* bleef succesvol. Vanaf oktober 2006 werd de formule opgefrist (*De rechters*) met meer aandacht voor de actualiteit. In *Comedy Casino* kregen Vlaamse stand-upcomedians en buitenlandse toppers een vrij podium.

De frequentie geschiedenis beleefde eind 2005 een ommekeer met een nieuw eigen format: *Keerpunt*. Daarin werden gebeurtenissen uit onze recente nationale geschiedenis geëvoceerd aan de hand van archiefbeelden, analyses, getuigenissen, interviews en reconstructies. In 2006 werden acht nieuwe afleveringen gemaakt. In *De memoires* werd teruggeblikt op het leven van Belgische prominenten. Het portret *Astrid, koningin van het volk* werd een uniek document over wijlen koningin Astrid. Met de reeks *Hoge bomen* werden "sterke persoonlijkheden" geportretteerd. Het net bleef ook boeiende buitenlandse documentaires brengen, zoals: *Das Drama von Dresden, Speer und Hitler, Metropolis, De barbaren komen, De mongolen, De glorie van de middeleeuwen, Catherine the Great, Hannibal* en *Blackbeard*.

Hét programma met aandacht voor de wetenschappen bleef *Over leven*. Daarin worden onderwerpen en ontwikkelingen die dicht bij de leefwereld van de kijker liggen, vanuit een wetenschappelijk oogpunt doorgelicht. Voor zijn aanpak werd *Over leven* in 2006 meermaals onderscheiden.



Marathon

De reeks *Marathon* bekeek vanuit een wetenschappelijke invalshoek, de voorbereiding van onsportieve Vlamingen op de marathon van New York. Die (on)sportievelingen werden gedurende een jaar professioneel begeleid. De Canvas-website bracht achtergrondinformatie en er kon gechat worden met de deelnemers. Ook op Radio 1 werd het programma gevolgd, door de deelname van Koen Fillet, die presentator is bij dat net.

Canvas kon met detectieversies een trouw publiek opbouwen. In 2006 ging het over *Wire in the blood, Murder in mind, Wallader, Blue murder, Taggart, Lynley, Silent witness* en *Midsomer murders*. Voor drama was er ruimte op Canvas met historische reeksen (*Casanova, La meglio gioventu, Tipping the Velvet, Carnivale, Rome, Hornblower, ...*) en hedendaags drama (*Love Soup, Sensitive skin, Spooks, State of play, Cold feet, Big love,*



*Hotel Babylon, Sex traffic, ...*). Canvas bracht ook kwaliteitsfilms (sinds april 2006 driemaal per week) en korte films (vooral van Vlaamse oorsprong).

In *De bende van Wim* werd een reisroute gevolgd van Schotland over Ierland en Portugal naar Spanje.

In het voorjaar was er in *Frontlijn* ruimte voor een maatschappelijk relevant debat. Daarin werd op zoek gegaan naar "de waarheid achter het nieuws". Omdat ook *Morgen beter* dit soort debatten voert, werd het programma stopgezet.



In het voorjaar werd de frequentie "een diepgaand gesprek" ingevuld door *Spraakmakers*. Het programma focuste op spraakmakende persoonlijkheden. In *Waarvan akte* werd een bekende gast op een bijzondere locatie geïnterviewd door een onzichtbare interviewer. In het najaar werd dezelfde frequentie ingevuld door *Nooitgedacht* waarin gepeild werd naar de 'dubbelzinnigheid des levens'.

In 2006 liep de quiz *Met het mes op tafel* nog door tot eind februari. Vanaf oktober kwam een nieuwe quiz twee maal per week op het scherm: *Black out*. In deze quiz waren niet alleen de vragen van belang, maar werd er ook een beroep gedaan op het kortetermijngeheugen van de kandidaten. *De Canvascrack* was opnieuw een vaste waarde tijdens de zomermaanden. De digitale kijkers (van Telenet) konden het programma voor het eerst ook interactief meespelen.

De programma-informatie op de Canvas-website werd uitgebreid, livechats werden georganiseerd (onder andere rond *Marathon* en *Morgen beter*) en een forum zorgde voor discussie onder de media-gebruikers. Naar aanleiding van de Boekenbeurs Antwerpen werd de blog *Dag boek* opgezet. De site hield een kortverhalenwedstrijd over de reeks *Wallander* en een creatieve wedstrijd naar aanleiding van het *Creativity World Forum* in Gent. Op de site stonden regelmatig trailers en foto's.

#### Evenementen

Canvas investeerde in evenementen zoals:

- het eerste comedy-festival van Canvas in de Vooruit in Gent, verbonden met het programma *Comedy Casino* ;
- een evenement rond de uitreiking van de *Dirk Vandersypen Award* (voor Zuid-Amerikaanse documentaires) in de Vooruit in Gent ;
- *Humo's Pop Poll De Luxe* in het Sportpaleis in Antwerpen ;
- de uitreiking van *De Gouden Uil* in het Hillton Hotel in Antwerpen ;
- het *Festival van Vlaanderen* in Gent (met een Canvas-avond met violisten) ;
- het documentaire-festival *Docville* in Leuven (met een Canvas-avond met twee documentaires: *Zwartberg* en *Gasstation*) ;
- het *Filmfestival van Vlaanderen Gent* (met op de Canvas-avond de vertoning van Henning Mankell's *Mastermind*) ;
- de Kubrick-tentoonstelling in Gent ;
- de Boekenbeurs in Antwerpen met *Marathon* ;
- de lezing van Henning Mankell in het Zuiderpershuis in Antwerpen ;
- het *Internationaal kortfilmfestival* in Leuven (met op de Canvas-avond enkele kortfilms).



## Steun aan de Vlaamse beeldindustrie

De VRT is belangrijk voor de Vlaamse beeldindustrie. Volgens de beheersovereenkomst moet het aandeel van de Vlaamse tv-producties en –coproducties<sup>40</sup>

**In 2006 was 66,3 % van de uitzendingen tussen 18 en 23 uur in die tijdszone van Vlaamse origine.**

op VRT-Televisie ten minste 50% bedragen van de totale output tussen 18 en 23 uur. In 2006 was 66,3 % van de uitzendingen in die tijdszone van Vlaamse origine. De VRT deed in 2006 opnieuw een beroep op productiehuisen en facilitaire bedrijven om een aantal van zijn producties te realiseren. In 2006 leverde de Vlaamse beeldindustrie voor 89,4 miljoen euro aan diensten aan de VRT.<sup>41</sup> Dat is ongeveer evenveel als in 2005.

### Evolutie uitgaven Vlaamse beeldindustrie (miljoen euro)



Noot: Exclusief productiekosten voetbalcontract

## VRT als coproducent

De VRT steunde in 2006 verschillende Vlaamse filmproducties:

- *Ben X (MMG)* van *Nic Balthazar* werd door Eén gesteund met 20.000 euro.
- *Blind (MMG)* van *Tamar van den Dop* werd door Eén gesteund met 20.000 euro + 30.000 euro rechten.
- *Buitenspel (Menuet)* van *Jan Verheyen* werd door Eén gesteund met 35.000 euro + 25.000 euro rechten.
- *Dagen zonder lief (Menuet)* van *Felix van Groeningen* werd door Canvas gesteund met 20.000 euro.
- *Een ander zijn geluk (Prime Time)* van *Fien Troch* werd door Canvas gesteund met 35.000 euro + 25.000 euro rechten.
- *Kruistocht in spijkerbroek (Marmont Film)* van *Ben Sombogaart* werd door Ketnet gesteund met 20.000 euro + 15.000 euro rechten.
- *Suspect (Fact & Faction)* van *Ivan Boeckmans* en *Guy Lee Thys* werd door Eén gesteund met 35.000 euro + 25.000 euro rechten.

De productiesteun aan documentaires vanwege de VRT bedroeg in 2006 166.000 euro, gespreid over volgende projecten:

- *Gas Station Serie 2 (Luc Vrijdaghs, Bart Van Langendonck – CCCP, 12.000 euro + 5.000 euro rechten).*
- *Gas Station Serie 3 (Luc Vrijdaghs, Bart Van Langendonck – CCCP, 20.000 euro).*
- *Erfgenaam van Elsschot (Suzanne Raes, Viewpoint Productions – Amedia, 15.000 euro + 5.000 euro rechten).*
- *Geheime musea (Sophimages, 5.000 euro + 5.000 euro rechten).*
- In de reeks *Hoge Bomen* (producent: *Vivi Film*): *Fernand en Karine Huts* (10.000 euro + 8.000 euro rechten) en *Panamajumbo* (20.000 euro + 8.000 euro rechten).
- *Padre Francisco (Fabio Wuytack, 8.000 euro + 5.000 euro rechten).*
- *Retro Jazz – That's My Desire (Tom Van Herzele, 10.000 euro + 5.000 euro rechten).*
- *To Walk Again (Stijn Coninx, 25.000 euro).*

<sup>40</sup> Als Vlaamse productie wordt hier beschouwd: alle eigen producties, de producties die in opdracht van de VRT uitgevoerd worden en de coproducties, evenals eventueel de bioscoopfilms, het tv-drama en de documentaires waaraan de VRT heeft meegewerkt.

<sup>41</sup> Zonder rekening te houden met de huur van externe studio's en productiemiddelen, het aankopen van decors, kostuums en rekwisieten en de aanmeringen van redacteurs, vertalers, ondertitelaars, regisseurs, facilitaire medewerkers, vedetten, artiesten, auteurs en scenaristen.

## Sport op VRT-Televisie

Sporza bevestigde en versterkte zijn leidinggevende rol in de rechtstreekse verslaggeving van sportgebeurtenissen in Vlaanderen. De VRT wil een sportaanbod voor iedereen blijven aanbieden en actieve en passieve sportbeleving aanmoedigen. Op televisie waren 1.168 uitzendingen aan sport gewijd (waarvan 707 uren op Canvas/Ketnet).

Voor sport op tv blijft rechtstreekse verslaggeving onontbeerlijk. Wielrennen, tennis en voetbal namen in 2006 het grootste deel van de zendtijd op. Maar ook de *Studio 1*-programma's (de live-wedstrijd en de magazines), de talkshow *Tour 2006*, de *Profvoetballer van het jaar* en het *Sportgala* ondersteunden de impact van sportgebeurtenissen op de samenleving.

De VRT besteedde ook veel aandacht aan de Belgische atleten. *De Memorial Van Damme* en de wedstrijden van Kim Gevaert en Tia Hellebaut op *het EK Atletiek* werden uitgebreid en rechtstreeks gebracht. Met deze programma's stimuleerde de openbare omroep jonge mensen om aan atletiek te doen.

De *Studio 1*-programma's toonden aan dat "het Belgisch voetbal leeft". Het wekelijks live uitzenden op open net van een wedstrijd uit de eerste klasse bleef

in 2006 een succesvolle formule. Sporza bracht de bekercompetitie opnieuw tot leven met een nieuw voetbalconcept: *De Cup*. Daarbij werden live wedstrijden uit de bekercompetitie verzorgd, met veel aandacht voor de cupsfeer en de lokale beleving.

**De VRT wil een sportaanbod voor iedereen blijven aanbieden en actieve en passieve sportbeleving aanmoedigen.**

"Kleinere sporten" (zoals zwemmen, triatlon, paardensport, biljarten en zaalsporten) werden door een goede programmatie door een groter publiek ontdekt en bekeken.



De grote vraag en het rijke aanbod zorgden soms voor een moeilijke programmering van Eén, Canvas en vooral van Ketnet. De VRT blijft vragende partij om via digitale tv alle kijkers te kunnen bedienen.

Geen echt sportprogramma maar wel een programma over sportrecreatie en -beleving was *Vlaanderen Sportland* (Eén).

In 2006 hebben de nieuwe media hun intrede gedaan in het sportaanbod. Zowel voor de Ronde van Frankrijk als voor *Vlaanderen sportland* werden nieuwe toepassingen ontwikkeld. (zie p. 51)

Sporza was in 2006 opnieuw de mediapartner voor talrijke sportmanifestaties. Zo was Sporza aanwezig bij alle wielklassiekers in het voorjaar, de grote wielerrondes, de internationale tennistoernooien in Antwerpen en Hasselt, het veldrijden (*de GVA-trofee*), het atletiek (met *De Memorial Van Damme*) en het *Sportgala*. De VRT is ook sponsor geworden van het BOIC.

## Ketnet

Het kindermerk van de openbare omroep wil er altijd en overal zijn voor kinderen tot 12 jaar. Vlaamse kinderen prefereren Ketnet als tv-merk. Het is voor hen een hulpmiddel op hun weg naar zelfstandigheid.



Ketnet rondde zijn innovatietraject af op 1 april 2006. Het net wilde de band met de leefwereld van kinderen zo sterk mogelijk houden. Het net werd gerestyled op tv en internet en kreeg verschillende nieuwe programma's. Het stimuleert kinderen creatief te zijn, hun verbeelding te laten werken, de wereld te ontdekken en te begrijpen – ieder in zijn eigen ritme. Ketnet werd opge-

splitst in drie zones. Elke zone heeft zijn eigen programmering en een aangepaste styling:

- K'tje van Ketnet is er voor de allerkleinsten (4- en 5-jarigen). De peuterzone biedt een veilige media-omgeving met herkenbare figuren.
- De grote middengroep (de 6- tot 9-jarigen) wordt bediend onder de vlag van Ketnet. In de kinderzone staan fantasie en avontuur centraal. Kinderen worden er gestimuleerd creatief te zijn.
- Voor wie als pre-adolescent kan worden beschouwd (de 10- tot 12-jarigen) werd NT van Ketnet gecreëerd. De pre-adolescentzone legt de nadruk op identiteitsontwikkeling en communicatie. NT van Ketnet wordt ondersteund door een webplatform.

**Ketnet werd opgesplitst in : een peuterzone, een kinderzone en een pre-adolescentzone.**

Door de segmentering kon Ketnet beter inspelen op de gewijzigde behoeften en het kijkgedrag van zijn doelpubliek.

Het grootste struikelblok in de programmering van Ketnet blijven de sportinterventies. Telkens als een sportgebeurtenis wordt uitgezonden, kan Ketnet zijn afspraken met zijn kijkers niet nakomen. Bij elke sportinterventie zappen de jongste kijkers massaal naar de commerciële kinderzenders. Daarom en om de subgroepen van Ketnet nog beter te kunnen bedienen, is het belangrijk dat het net op termijn kan evolueren naar een eigen zender.

### Aanbod

Ketnet bleef investeren in Vlaamse fictie, zoals *En daarmee basta!*, *Spring* en *Mega Mindy*.

Andere Vlaamse programma's zijn vaste waarden in de programmering van Ketnet geworden: de *Ketnet-wrap*, *Karrewiet*, *SMOS*, *De blijde intrede van de Sint*, *GO IV*, ... In de *wrap* werd een mix van interactieve spelletjes en korte items gebracht die kinderen aanspreken. *Karrewiet* bleef dagelijks de actualiteit volgen. De herhalingen 's ochtends droegen ertoe bij dat het programma door meer kinderen werd bekeken. *SMOS* was een kidsmagazine waarin ook korte



Shoot



reportages werden getoond. *De blijde intrede van de Sint* werd (nadat het eerst live uitgezonden was op Eén) in een aangepaste versie gebracht op Ketnet. *GO IV* was een “avontuurlijk” spelprogramma dat elke weekdag werd uitgezonden. Er werden specials gemaakt rond *Eurosong for kids*, de Vlaamse kust en griezelen.

Met *Bedwetters* werd op een vernieuwende manier wetenschap voor kinderen gebracht. *SHOOT* was een wekelijks livestudio-programma over onderwerpen die jongeren boeien. De kijkers bepaalden mee de inhoud van het programma. Via oproepen in NT van Ketnet kreeg de redactie veel suggesties. De jongeren konden meewerken aan het programma. Het publiek stelde vragen aan de gasten.



De aangekochte programma's werden door de jongste kijkers hoog gewaardeerd, zoals: *Oggy en de Kakkerlakken*, *Miss BG*, *Zoe Kezako* en *Lazytown*.

Ketnet had veel aandacht voor cultuur. Zo was er *Symfollies*, dat klassieke muziek bracht. *Kleine Einsteins* was een animatiereeks over kinderen die houden van muziek en kunst. Met *Sprookjes* en *De sprookjesboom* gaf Ketnet aandacht aan het internationaal cultureel erfgoed. *Kuifje* verhaalde de avonturen van Hergés geesteskind. In het *Kinderdictee* bewezen kinderen hun schrijff- en speltalenten. De *wrap* en *SHOOT* brachten regelmatig verslag uit over culturele activiteiten in Vlaanderen. Ook *Karrewiet* berichtte dagelijks over een culturele gebeurtenis in Vlaanderen of elders.

*W@=D@* was een cultuurprogramma op Ketnet (en op Eén) over de cultuur in andere continenten. Het tv-programma vormde samen met een website, een magazine en theatervoorstellingen een crossmediaal project (zie p. 57).

Tijdens *De gezonde week* (van 16 tot 20 oktober) was er in de *wrap* dagelijks een reportage over gezond koken. Op Ketnet.be kon men de recepten terugvinden. Kinderen werden gestimuleerd om aan sport te doen. Eén voerde een campagne in samenwerking met het BOIC om aandacht te trekken op *De gezonde week* van Ketnet. Voor Kom op tegen Kanker (*Kom op Appels – Ben jij ook de gezondste thuis?*) werd een reportage over gezond koken door kinderen uitgezonden.

De websites van Ketnet werden afgestemd op de nieuwe subgroepen die Ketnet aanspreekt. De kinderen vonden er informatie over de programma's, fun, spelletjes en filmpjes uit de *wrap*. K'tje van Ketnet kreeg een eigen website. Rond de televisiefiguren van Ketnet was een aanbod uitgewerkt met spelletjes, kleurplaten en muziek. Op Ketnetnt.be was er extra aandacht voor communicatie en interactiviteit. Op het forum van de site konden Ketnetters over diverse onderwerpen hun mening kwijt. *Karrewiet* had een eigen website (karrewiet.be). De site bood de recentste uitzending gratis aan.





De wrappers van Ketnet

Op de websites van Ketnet was er ruime aandacht voor cultuur. Ketnet.be werkte samen met cultuurweb.be (van CultuurNet Vlaanderen). Op een pagina van Ketnet.be verscheen een agenda met alle culturele evenementen op kindermaat. Met de rubriek *Vlieg je mee* kreeg de geregistreerde websitegebruiker iedere week een culturele tip. Ketnet had een vast team van kijkers die recensies over boeken en films leverden.

### Evenementen

Om de band met zijn jonge kijkers sterk te houden organiseerde Ketnet een aantal evenementen. Dat waren onder andere: *Ketnet Freezz*, *de Ketnetdag* in Walibi, *Ketnet Voetbalrock*, *de Ketnet-en-Libelle-Zomerdagen*, *Eurosong for kids*, *het Ketnet-Halloween-Weekend* (met een bezoek van kroonprins Filip, prinses Mathilde en hun kinderen) en *De blijde intrede van de Sint* in Antwerpen. Op elk van deze evenementen was er aandacht voor muziek (zoals van de Ketnet-band, Brahim, Casa Creola en Kapitein Winokkio). Daarnaast was Ketnet sponsor van andere (vaak culturele) evenementen zoals *Oorsmeer*, *Voorleesfestival*, *Boekenpauw*, *Jekino*, *Sport op School* (een initiatief van het BOIC), *het Europees Jeugdfilmfestival*, *de Jeugdboekenweek*, *de Kids Awards*<sup>42</sup> en

*Pennenzakkenrock*. Het net was mediapartner bij de premières van verschillende jeugdfilms: *Bambi 2*, *Cirkelientje*, *Lars de kleine ijsbeer 2*, *Petton's belofte*, *Piet Piraat en het vliegende schip*, *Kruistocht in spijkerbroek* en *Happy Feet*.

### KetnetKick

KetnetKick is een interactieve PC2TV-toepassing van Ketnet. Kinderen kunnen met KetnetKick educatieve spelletjes spelen op hun pc en hun creaties doorsturen naar Ketnet. In 2006 werd het aanbod van KetnetKick uitgebreid. De Ketnetters die het spel al hadden, kregen gratis en automatisch uitbreidingspakketten via het internet toegestuurd. De redactietool werd aangepast waardoor inzendingen gefilterd kunnen worden, er vlot gepubliceerd kan worden in een 3D-wereld en het toevoegen van video-clips automatisch gebeurt.

***Kinderen kunnen met KetnetKick educatieve spelletjes spelen op hun pc en hun creaties doorsturen naar Ketnet.***

Met de komst van het *Bioscoop-eiland* konden voortaan video's bekeken worden. De "creatieve studio's" *Operatie sneeuwbal* en *Zeepkistenrace* werden geïntroduceerd. Er kon met de *Zeepkistenrace* online geracet worden met meerdere spelers tegelijk. Jonge scenaristen konden met personages uit *En daarmee basta!* hun eigen verhalen opbouwen. Een tijdelijke *Kerst-patch* zette KetnetKick in de eindejaarsfeer. Nieuwe tekenplaten werden toegevoegd in het *Tekenpaleis* en nieuwe kleding in de *Kiosk*. De muziekclips van *Eurosong for Kids* konden via KetnetKick bekeken worden. In totaal werden in 2006 binnen KetnetKick ruim 2 miljoen on-demand-videoclips opgestart.

In december 2006 waren er ruim 120.000 gebruikers van KetnetKick geregistreerd. Door het gespreid aanbieden van nieuwe (downloadbare) toepassingen bleef het aantal spelers per dag het hele jaar door op peil.

<sup>42</sup> Met de Kids Awards geven de kijkers van Ketnet awards voor beste boek, beste film, beste muziek, beste tv-programma en favoriete Griet en Spetter.

## Digitale televisie

Naast de verbeterde beeldkwaliteit zijn de belangrijkste troeven van digitale tv de laagdrempelige interactieve mogelijkheden en het aanbod-op-aanvraag. De VRT heeft in 2006 op beide vlakken actief promotie gevoerd: door in interactieve programma's te verwijzen naar "de rode knop" en door promotiecampagnes rond *Net Gemist*.

Het aantal abonnees van digitale televisie bij de verschillende aanbieders (Belgacom, Telenet, IN.DI en TV-Vlaanderen) nam in 2006 sterk toe.

De VRT zendt al enkele jaren digitale tv uit via de ether (DVB-T). In 2006 werd door de Vlaamse overheid beslist om de analoge etheruitzendingen voor tv vanaf eind 2008 te staken. De digitale transmissieactiviteit zal op die manier vanzelf meer in de belangstelling komen.

### Aanbod-op-aanvraag

De VRT brengt recent uitgezonden programma's waarover hij de rechten bezit onder de noemer *Net Gemist* tot bij de digitale kijker.

Tegen betaling van een servicevergoeding aan de distributeur kunnen de kijkers de programma's tot zeven dagen na uitzending opvragen om te (her)bekijken. Daarnaast heeft de VRT ook een eigen aanbod van volledige programmareeksen onder de naam *Het Archief*. Ook die zijn tegen betaling opvraagbaar. *De Journaals* (van 13 en 19 uur en de editie Laet), *Terzake* en *Karrewiet* zijn gratis op aanvraag te bekijken.

*Net Gemist* en *Het Archief* zijn een groot succes. Nadat in 2005 *Telenet* gestart was met aanbod-op-aanvraag bracht *Belgacom TV* vanaf 1 maart 2006

een zelfde dienstverlening. Zowel *Net Gemist* als *Het Archief* zijn voor de distributeurs belangrijke trekkers gebleken voor de doorbraak van digitale televisie.

**Zowel *Net Gemist* als *Het Archief* zijn voor de distributeurs belangrijke trekkers gebleken voor de doorbraak van digitale televisie.**

## Interactiviteit

De interactiviteit via een digitale box is veel groter dan via andere communicatiemiddelen (zoals een gsm). Het bedieningsgemak is veel groter. Digitale kijkers spelen vaker mee dan kijkers die per gsm hun keuze doorgeven. Dat bleek onder andere bij *Eurosong* op Eén, waar er massaal interactief werd gestemd. Ook bij *De thuisploeg* (Eén) (waar kon worden meegevoerd via de digibox en via VRT-Teletext) bleek dat het geval te zijn.

Ook andere programma's werden in 2006 interactief verrijkt, zoals: *Eurosong for kids* (Eén), *Media morgen-show* (Eén), *Zo is er maar één* (Eén), *Steracteur sterartiest* (Eén) en *1 jaar gratis* (Eén). Met *De thuisploeg* (Eén) en *1 jaar gratis* (Eén) kon er zelfs strategisch tegen andere digitale kijkers gespeeld worden.

Met *De Canvascrack* kon de digitale kijker voor het eerst interactief meespelen. De kijker thuis kon zich (met zijn afstandsbediening) rechtstreeks meten met de kandidaten in het programma en andere digitale kijkers. 6.287 digitale kijkers van Telenet schreven zich in om mee te kunnen spelen.

**Digitale kijkers spelen vaker mee dan kijkers die per gsm hun keuze doorgeven.**



*De thuisploeg*

KetnetKick (zie p. 39) is een online multimedia-toepassing voor pc en tv. Op een interactieve manier communiceren kinderen met elkaar en met Ketnet. Kinderen die meededen aan *Het groot kinderdictee der Nederlandse taal* konden hun eigen resultaten vergelijken met de oplossing op de Ketnet-site.<sup>43</sup>

De VAR experimenteerde met de eerste interactieve BAN-spot. Kijkers konden (naar aanleiding van een spot over melk) prijzen winnen en informatie opvragen.

## Digitaal VRT-Archief

Het **D**igitaal **V**RT-**A**rchief (DIVA) heeft tot doel het volledige VRT-archief (beeld, geluid, foto's en programmagerelateerde documenten) te conserveren, te digitaliseren, te ontsluiten en ter beschikking te stellen van onderwijsinstellingen, bibliotheken, culturele organisaties, wetenschappelijke instellingen en in beperkte mate van particuliere gebruikers. Met het DIVA-project wil de VRT ook instaan voor de digitalisering van het waardevolle archief van Vlaamse culturele centra.

Vanaf 2007 produceert de VRT al zijn radio- en televisieprogramma's volledig digitaal. Dat betekent dat het DIVA-project betrekking heeft op het materiaal dat vóór 2007 nooit gedigitaliseerd is kunnen worden.

De VRT heeft bij het afsluiten van de nieuwe beheersovereenkomst van de Vlaamse overheid de opdracht gekregen om DIVA uit te voeren<sup>44</sup>. Daarvoor zal de VRT samenwerken met partners uit de openbare sector en de bedrijfswereld, met de bedoeling om de vereiste investering in belangrijke mate te laten terugvloeien naar de Vlaamse beeldindustrie. De middelen die voor DIVA nodig zijn, zullen vastgelegd worden in een afzonderlijke overeenkomst tussen de Vlaamse overheid en de VRT. Die middelen kunnen komen uit de opbrengsten van een eventuele verzelfstandiging van het VRT-zenderpark, de toewijzing van etherfrequenties en een eventuele valorisatie van onroerend goed. De Vlaamse Gemeenschap onderzoekt of, hoe en in welke mate er vanuit de beschikbare middelen van cultuur en/of wetenschappelijk onderzoek een bijdrage geleverd kan worden.



<sup>43</sup> Ook de klassieke interactiviteit bleef door Ketnet gestimuleerd. Het net riep de kinderen regelmatig op om creatieve ontwerpen (zoals tekeningen of een songtekst voor een actie van Unicef) te maken en op te sturen om vertoond te worden in de Ketnet-uitzendingen.

<sup>44</sup> In het kader van De Gouden Uil riep Ketnet zijn kijkers op de genomineerde boeken te lezen en te stemmen voor hun favoriete boek.

<sup>45</sup> Beheersovereenkomst VRT 2007-2011, artikel 20, §2



## 2.2. De cijfers <sup>45</sup>

VRT-Televisie bereikte in 2006 met zijn netten op weekbasis 80,8% van de bevolking. Een daling van 1,6 procentpunten ten opzichte van 2005. De gemiddelde kijkduur voor de VRT-netten per dag bedroeg in 2006 1 uur en 1 minuut, een daling van 1 minuut ten opzichte van 2005. Gemiddeld keken 2.312.258 Vlamingen per dag naar Eén en 1.019.066 naar Canvas/Ketnet (op basis van 15 minuten consecutief kijken). Op weekbasis keken gemiddeld 4.282.355 Vlamingen naar Eén en 3.098.350 naar Canvas/Ketnet. Dat betekent dat per dag gemiddeld 2.673.775 Vlamingen naar VRT-tv keken en per week gemiddeld 4.621.790.

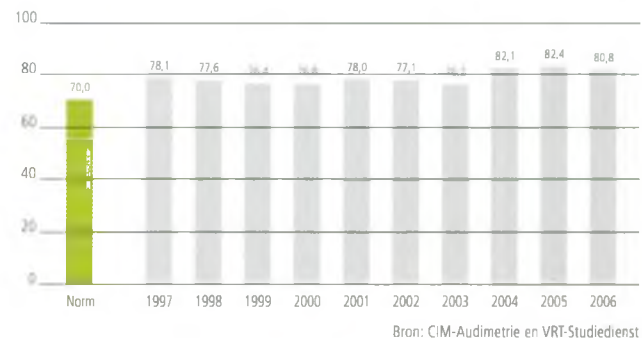
*Vóór 2004 (het jaar waarin Sporza opgestart werd) schommelde de performantie met betrekking tot het gemiddeld cumulatief bereik tussen 76% en 78%. Daarna laten zich scores optekenen van meer dan 80%.*

De nieuws-, duidings- en informatiemagazines van VRT-Televisie haalden de maatstaf van 1,5 miljoen kijkers. Gemiddeld keken per dag 1.710.330 Vlamingen naar een van deze programma's.

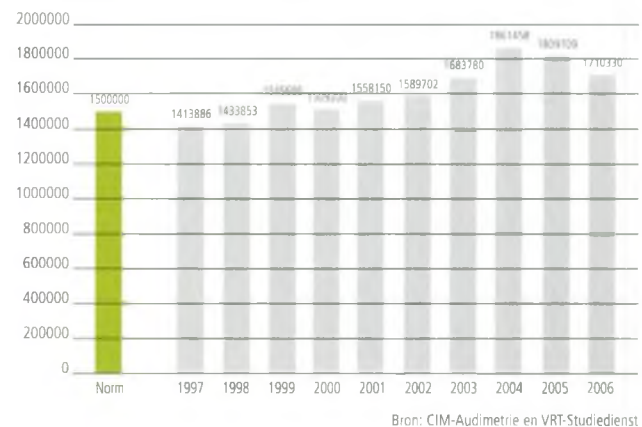
Het Nieuwsproject (zie p. 52) en een driesporenbeleid rond informatie moeten ertoe bijdragen dat het bereik voor informatie op een hoog niveau kan blijven, waardoor de VRT zijn rol als verspreider van informatie kan blijven spelen.

*Gedurende de periode 2002-2006 behaalde de VRT elk jaar de performantiemaatstaf uit de beheersovereenkomst met betrekking tot zijn nieuws- en informatieaanbod. Behalve het gestegen bereik van de VRT zelf komt dit door de uitbreiding van het nieuws- en informatieaanbod. Die uitbreiding ging uit van de differentiëring en de complementariteit van de nieuws- en informatieprogramma's. De dalende trend tussen 2004 en 2005 komt door het feit dat de VRT met Sporza in 2004 een hoog bereik noteerde. In 2006 is de verklarende factor het lager bereik van televisie in het algemeen en een lager bereik van de VRT-televisie door de uitzonderlijk zonnige zomer en herfst.*

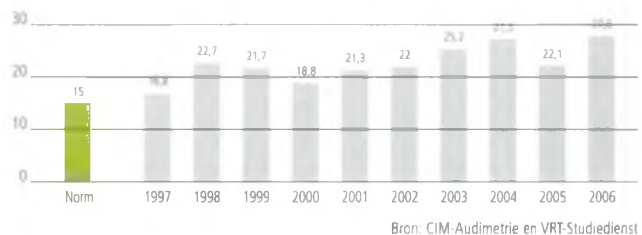
Gemiddeld cumulatief weekbereik van de VRT (in %) (norm = 15 minuten consecutief kijken)



Gemiddeld cumulatief dagbereik van de VRT-nieuws-, informatie- & duidingsprogramma's (norm = 25% niet consecutief bekeken)



Cumulatief weekbereik van de VRT-cultuurprogramma's (in %) (norm = 15 minuten consecutief kijken)



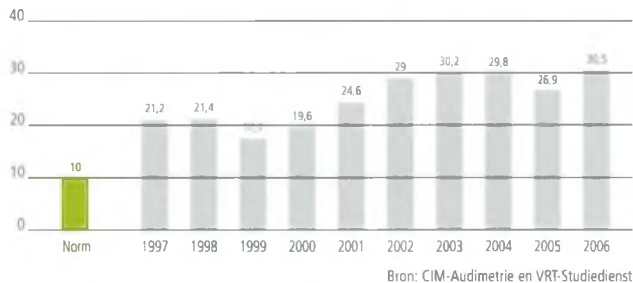
<sup>45</sup> De CIM-metingen liggen aan de basis van de cijfers over het tv-gebruik. Vanaf 2006 wordt binnen het CIM-Audimetrie-onderzoek het onderscheid gemaakt tussen lineair tv-kijken en ander schermgebruik zoals dvd-spelers, videorecorders, spelconsoles, e.a. De marktaandeelen worden vanaf 2006 enkel berekend op basis van lineair tv-gebruik. In de praktijk betekent dit een lichte stijging in marktaandeel voor de meeste televisiezienders.

Met zijn cultuurprogramma's had VRT-Televisie een weekbereik van 27,8% in 2006. De norm ligt op 15%. De VRT wil met de realisatie van zijn cultuurproject het bereik bij alle Vlamingen verder verhogen en de mediabehoefte van de cultuurliefhebber invullen.

Voor de educatieve programma's had VRT-Televisie in 2006 een weekbereik van 30,5%. De norm ligt op 10%. De VRT blijft investeren in het brengen van kennis en wetenschap in toegankelijke programma's en in specifieke wetenschappelijke programma's op de generalistische netten.

*Sinds 2001 is de VRT erin geslaagd het weekbereik voor wetenschappelijke en educatieve programma's structureel op een hoger niveau dan voorheen te tillen. Dat heeft de VRT te danken aan de spreiding van wetenschappelijke en educatieve programma's over het hele jaar. Daarnaast droegen enkele populaire programma's in primetime (zoals Hoe?Zo! op Eén) bij tot het hoge bereik.*

Cumulatief weekbereik van de educatieve VRT-programma's (in %) (norm = 15 minuten consecutief kijken)

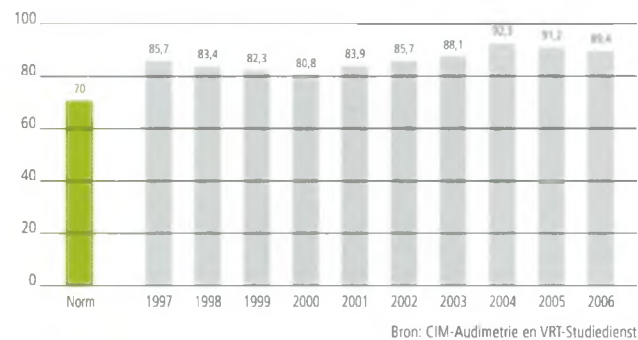


De VRT bereikte in 2006 89,4% van de doelgroep van 4- tot 12-jarigen die tv kijken. De 70%-norm werd ruim gehaald. Ketnet staat steeds meer onder druk door de commerciële kindernetten die 24 uur per dag beschikbaar zijn.

*In de eerste jaren van de beheersovereenkomst 2002-2006 kon VRT-Televisie steeds meer 4- tot 12-jarigen bereiken. Vanaf 2005 boog deze trend zich om door de toename van het aantal commerciële alternatieven voor Ketnet.*



Gemiddeld wekelijks bereiksaandeel van de VRT bij 4-12 jarigen (in %) (norm = 15 minuten niet-consecutief kijken)

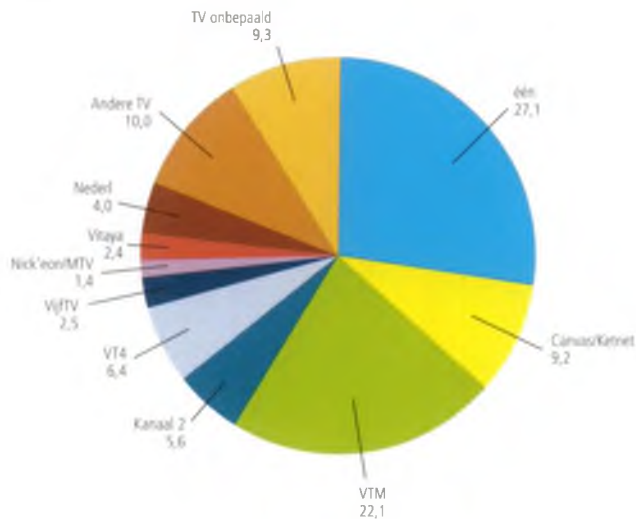


Door de nieuwe berekeningsmethode is een vergelijking van de marktaandelen met 2005 niet helemaal correct.<sup>46</sup>

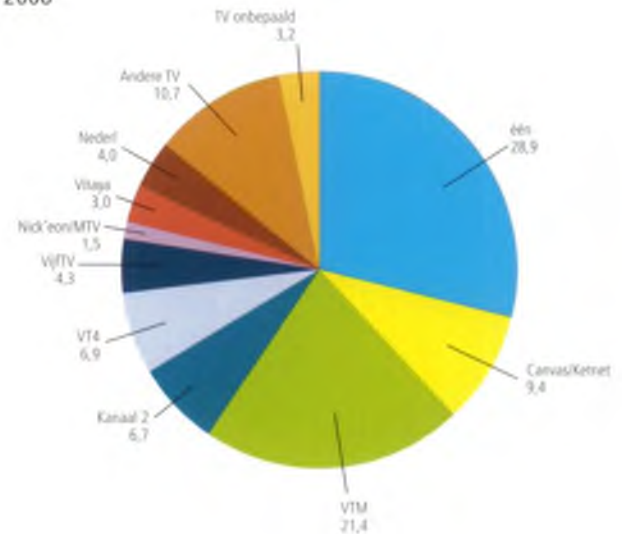
In 2006 steeg het marktaandeel van Eén van 27,1% in 2005 naar 28,9% in 2006. Het marktaandeel van Canvas/Ketnet steeg van 9,2% in 2005 naar 9,4% in 2006. Ketnet handhaafde zijn leidinggevende positie in zijn doelgroep (4- tot 12-jarigen) tijdens de uren dat Ketnet uitzendt. Daarin haalde Ketnet in 2006 een marktaandeel van gemiddeld 39% (tegenover 38% in 2005). De commerciële zender Nickelodeon haalt voordeel uit zijn marktbezetting (op uren waar Ketnet niet uitzendt). Ketnet bereikte desondanks gemiddeld per week bijna 90% van de tv-kijkende kinderen.

#### Marktaandelen over 24 uur (2005-2006)

2005



2006



De hoogste kijkcijfers van Canvas (buiten Sporza) waren voor twee eigen reportages van *Panorama* over de voetbalmafia (497.381) en over het cocaïnemilieu (385.520), de documentaire *9/11, The day the world changed* (447.070), een aflevering van *De Canvascrack* (384.356) en een aflevering van *Blue murder* (362.715).

De hoogste kijkcijfers van Eén waren weggelegd voor de finale van de *Eurosong*-voorrunde (1.772.146), een aflevering van *Witse* (1.669.676), een aflevering van *FC De Kampioenen* (1.551.756), een aflevering van *De parelvisser* (1.507.324) en een aflevering van *Flikken* (1.405.209).

Ketnet had als populairste programma's een aflevering van *W817* (151.358), een aflevering van *Spring* (146.606), een aflevering van *En daarmee basta!* (124.652), een uitzending van *Karrewiet* (115.957) en een aflevering van *Oggy en de kakkerlakken* (111.763).

Bron: VRT-Studiedienst

<sup>46</sup> Zie voetnoot 42.



## Kwantitatieve performantiemaatstaven VRT-Televisie 2002-2006

VRT-Televisie heeft in de periode van de voorbije beheersovereenkomst steeds de kwantitatieve normen behaald. Dat blijkt uit de samenvattende tabel.

Performantiemaatstaf	Norm	2002	2003	2004	2005	2006
Weekbereik	70%	77,1%	76,2%	82,1%	82,4%	80,8%
Weekbereik 4-12-jarigen die tv kijken	70%	85,7%	88,1%	92,3%	91,2%	89,4%
Weekbereik cultuur	15%	22%	25,2%	27,3%	22,1%	27,8%
Weekbereik educatie	10%	29%	30,2%	29,8%	26,9%	30,5%
Gemiddeld dagbereik journaal, duiding en informatie	1.500.000	1.589.702	1.683.780	1.861.458	1.809.709	1.710.330
Gemiddelde waardering duiding en informatie	75%	77%	77%	76%	76%	76%
Gemiddelde waardering ontspanning	75%	76%	76%	78%	78%	78%
Gemiddelde waardering fictie	75%	78%	77%	78%	78%	78%
Vlaamse producties en coproducties (tss. 18 en 23 uur)	50%	61,6%	63,3%	61,2%	66,2%	66,3%

Bron: CIM-Audimetrie en VRT-Studiedienst

## 3. internet en Mobiel

Internet en mobiele toepassingen worden steeds belangrijker bij de invulling van de behoeften van de mediagebruikers. Ze maken het mogelijk (inter)actiever informatie te verwerven en te kijken of te luisteren op een plaats en een tijdstip naar keuze. De graad van participatie bij nieuwe media is bovendien doorgaans hoger.

Het onderscheid tussen "nieuwe" en "klassieke" media verliest steeds meer aan relevantie. Toch bestaan er voor een groot deel van de mediagebruikers nog drempels ten aanzien van de nieuwe technologieën (zoals podcasten, bloggen, surfen via gsm). Het gebruik van nieuwe media betekent overigens niet dat er noodzakelijkerwijs nieuwe content wordt aangeleverd. Het gaat immers vaak om dezelfde content die zich aanpast aan het medium.

De Vlaamse overheid heeft met de VRT in de nieuwe beheersovereenkomst 2007-2011 afgesproken dat de openbare omroep zijn aanbod (radio en televisie) zal verruimen met internet en mobiele toepassingen.

Op 1 april 2006 startte de VRT met de directie Nieuwe Media. Die directie kreeg de opdracht te onderzoeken wat nieuwe media zijn, wat de VRT ermee kan doen, hoe koplopers in nieuwe media het doen en hoe de werkprocessen verlopen. De directie Nieuwe Media werkte in de eerste plaats aan een visie en een plan van aanpak. De directie verrichtte in 2006 veel studiewerk en lanceerde enkele pioniersprojecten. In 2007 worden de activiteiten van de directie Nieuwe Media ondergebracht onder de directie Marktstrategie.

***De nieuwe beheersovereenkomst zal het aanbod (radio en televisie) van de openbare omroep verruimen met internet en mobiele toepassingen.***

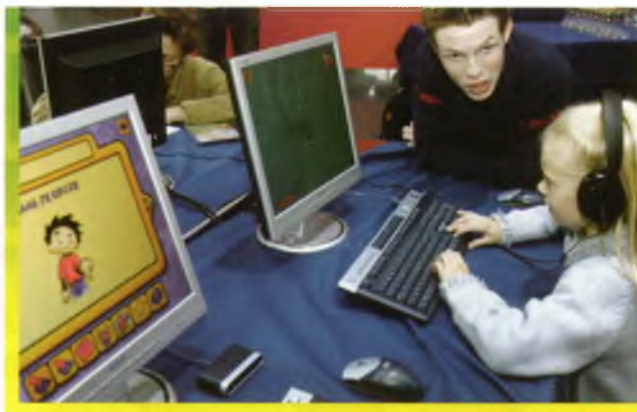
### 3.1. Internet- en mobiel medialandschap

#### Internetlandschap

Alle spelers in het medialandschap groeien naar elkaar toe. Opvallend is dat radio- en tv-omroepen, pers en operatoren gelijklopende diensten uitbouwen op het internet. De grote internationale spelers evolueren naar een media-hub-concept met een passend multimediaal aanbod.

Het meest opvallend aan de ontwikkelingen op het internet is de grote toename van het audio- en video-aanbod. Daarbij is een aanbod-op-aanvraag het meest succesvol. Een ander fenomeen is de gewijzigde rol van de internetgebruiker. Hij levert immers meer en meer content zelf. Virtuele omgevingen op het internet, zoals *Second Life*, creëren bovendien vele nieuwe communicatiemogelijkheden.

Over het algemeen loopt de VRT achter op het vlak van het aanbieden van videomateriaal en het ontwikkelen van thematisch aanbod (uitgezonderd VRTnieuws.net en Sporza.be). Anderzijds heeft de VRT met KetnetKick een pioniersrol vervuld in Europa. Ook het testproject rond de Tour de France was technologisch innovatief.



#### You

Time verkoos "You" als persoon van het jaar 2006. Met die keuze wou het magazine alle internetgebruikers onderscheiden omdat zij het informatietijdperk beïnvloedden. Zij plaatsen immers zelf filmpjes op het net, bouwen aan een virtueel sociaal netwerk en onderhouden blogs.

Het internet van vandaag is niet te vergelijken met dat van een decennium geleden. Momenteel zijn de meest succesvolle sites die de mediagebruikers zo veel mogelijk betrekken bij de inhoud ervan. Het bekendste en sterkst groeiende voorbeeld van 2006 was YouTube. Internetgebruikers kunnen op youtube.com hun videomateriaal plaatsen en miljoenen filmpjes van andere gebruikers raadplegen. In 2006 ontstonden Vlaamse alternatieven, zoals 16plus.be van de VRT.

#### Mobiel medialandschap

Er worden meer en meer toepassingen (audio, video, games) voor mobiele toestellen gecreëerd. De groei van mobiele toepassingen wordt geremd omdat er voorlopig niet veel aangepaste mobiele toestellen in omloop zijn. Veel omroepen hebben nog geen of slechts een beperkt aanbod.

De BBC is op dit vlak toonaangevend (met microsites en een podcastaanbod). In Vlaanderen heeft de VMMA al een behoorlijk aanbod ontwikkeld.

De VRT heeft ook mobiele toepassingen in ontwikkeling. De podcast van *Vlaanderen Sportland* (zie p. 49) was onderscheidend en zeer succesvol. Ook het mobiele aanbod van het project *Tour de France 2006* (zie p. 51) was een goed Vlaams voorbeeld van de mogelijkheden die mobiele media bieden. Het proefproject in het Groeninghemuseum in Brugge (zie p. 51) was een goed voorbeeld van de specifieke rol die de openbare omroep kan spelen op het vlak van mobiele media.

***De podcast van Vlaanderen Sportland was onderscheidend en zeer succesvol.***

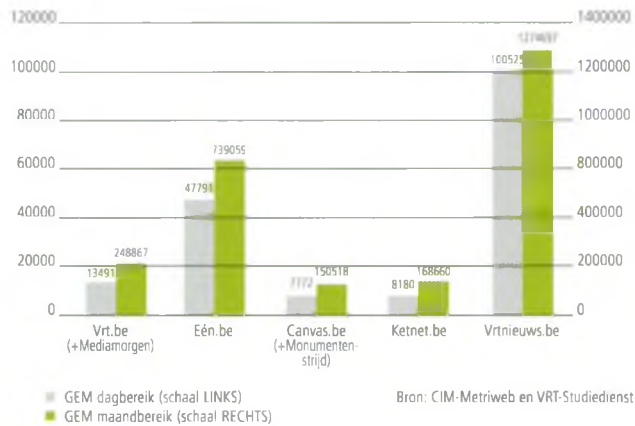
## Onderzoek naar de mediabehoefte

De VRT verricht ook onderzoek naar de behoeften van de media-gebruiker, hoe die omgaat met nieuwe media en wanneer en hoe ze worden gebruikt. De belangrijkste onderzoeken van de VRT in 2006:

- Het D2.0-onderzoek peilde naar de verwachtingen, de perceptie en het gebruik van de nieuwe media bij de mediagebruikers.
- Er werden online enquêtes gehouden bij gebruikers over een aantal VRT-toepassingen in de nieuwe media (het livestreamvenster op het internet bij de Tour de France, de *Start to run*-podcast en P2P-internetgebruikers).
- Het Centrum voor Usability Onderzoek (K.U.Leuven) voerde (in opdracht van de VRT) een gebruikers- en sociability-onderzoek uit bij gebruikers van 16plus.be.

### 3.2. VRT-websites

2006: Gemiddeld dag- en maandbereik voor de tv- en nieuws(gerelateerde) sites



Elk VRT-net heeft zijn eigen website. Bij de beschrijving van de netten hierboven werd de rol van elke website omschreven. Eind 2006

waren er ruim 217.000 unieke bezoekers per dag voor de websites van de VRT<sup>47</sup>, tegenover 175.000 bezoekers begin 2006. In bijgaande grafieken worden de dag- en maandgemiddelden aangegeven. Met uitzondering van Donna hadden alle VRT-websites in 2006 gemiddeld meer bezoekers per dag dan in 2005.

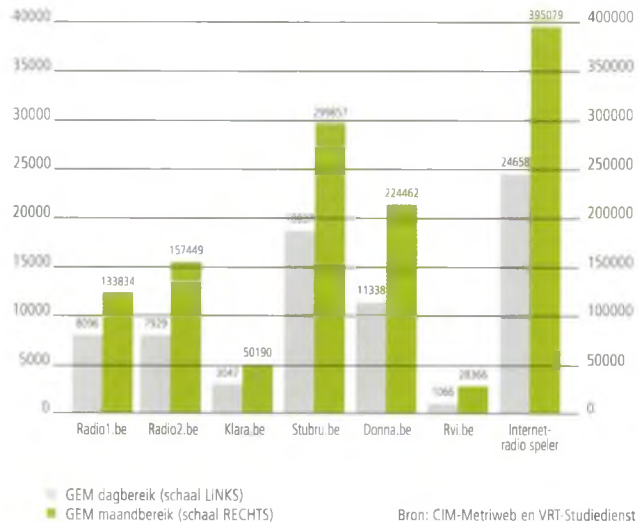
**Eind 2006 waren er ruim 217.000 unieke bezoekers per dag voor de websites van de VRT.**

- VRT.be biedt de mediagebruiker uitgebreide informatie over de openbare omroep. VRT.be kreeg in 2006 20% meer bezoekers dan in 2005: gemiddeld 13.491 bezoekers per dag. De site omvatte ook de eventsite rond Media Morgen. Op zijn hoogtepunt leverde dat 10.000 unieke bezoekers extra per dag op. Naar aanleiding van de verkiezingen bereikte VRT.be opnieuw veel extra bezoekers. Dat komt doordat dan de doorlink-functie van de site maximaal rendeert.
- Eén.be telde in 2006 gemiddeld 47.791 unieke bezoekers per dag, 25% meer dan in 2005. De topprestaties van de site waren verbonden met de dag van de gemeente- en provincieraadsverkiezingen, *Steracteur Sterartiest* en de preselecties en de finales van *Eurosong* en *Eurosong for Kids*.
- In 2006 kende Canvas.be (ten opzichte van 2005) 20% meer bezoekers per dag, gemiddeld 7.772 unieke bezoekers. Het hoogtepunt werd genoteerd in september tijdens de eerste ronde van de *Monumentenstrijd*. Daarvoor werd marathonloop in New York (november) betekende extra bezoekers voor Canvas.be.
- Door de vernieuwing van de Ketnet-sites groeide het gemiddelde aantal bezoekers per dag tot 8.180 unieke bezoekers (een stijging van 25%). De meeste bezoekers voor de website werden genoteerd bij de start van het vernieuwde Ketnet, tijdens de affaire-Tom Gernaey en bij de preselecties en finale van *Eurosong for Kids*.
- Wat betreft VRTnieuws.net: zie p. 48.

<sup>47</sup> Dit cijfer slaat op het aantal ontubdelde bezoekers per dag. Een bezoeker die op dagbasis twee sites bezoekt wordt slechts één keer geteld. De cijfers zijn gebaseerd op de CIM-metriwebstatistieken.



## 2006: Gemiddeld dag- en maandbereik voor de radiosites



- Radio1.be bereikte in 2006 gemiddeld 8.096 unieke bezoekers per dag (+ 9% ten opzichte van 2005). De site piekte met evenementen zoals de gedichtendag in januari en *100 op 1* in december.
- Radio2.be werd op 1 februari volledig vernieuwd. Dat resulteerde op jaarbasis in een stijging van 50% tot gemiddeld 7.929 unieke bezoekers per dag. Bij de vernieuwing van de site, de *70's day* in april, de *60's day* in mei, *Zomerhit 2006* en de *Gouden 200*, trok de website extra bezoekers aan.
- Het aantal bezoekers voor Klara.be steeg met 20% tot gemiddeld 3.047 unieke bezoekers per dag. Onder andere tijdens de *Mozartweek* en de *Top 75* deed de website het uitstekend.
- Met de actie *Music for Life* zorgde Studio Brussel voor topdagen op zijn website. Op 21 december surfden ruim 75.000 mediagebruikers naar Stubru.be. Ook *De Tijdloze 100* lokte velen naar de website.
- Donna.be vertoonde een lichte daling ten opzichte van 2005. *De Top 2006* trok op de finaledag ruim 62.000 unieke bezoekers naar de website.

- Rvi.be lokte in 2006 op jaarbasis gemiddeld bijna 60% meer unieke bezoekers dan in 2005.
- VRTtaal.net bood informatie en tips over de Nederlandse taal en spelling. Ook de (al dan niet tijdelijke) websites die opgezet werden rond programma's of crossmediale projecten waren stuk voor stuk succesvol.

## 3.3 VRTnieuws.net, Sporza.be en Teletekst

### VRTnieuws.net

VRTnieuws.net was in 2006 na de site van Het Nieuwsblad de op één na populairste nieuwssite van Vlaanderen. De site staat garant voor snel, correct, betrouwbaar en toegankelijk nieuws over een breed gamma van domeinen. In de periode rond de gemeente- en provincieraadsverkiezingen werd de site uitgebreid met een afzonderlijk blok. Elke gemeente had een eigen pagina met verkiezingsnieuws. Tegelijk bood de verkiezingsite audio en video die ook al op radio of tv uitgezonden was.

De nieuwsrubriek ging meer aandacht besteden aan duiding en opiniëring. Zo kan de gebruiker sinds oktober 2006 *Morgen beter* (Canvas) op aanvraag (her)bekijken. De rubriek *Cultuur & Media* bood sinds 2006 – naast filmrecensies – ook recensies over literatuur, beeldende kunst en theater.

VRTnieuws.net zag in 2006 zijn bezoekersaantallen stijgen met 75% ten opzichte van 2005. De site had meer dan 100.000 unieke bezoekers per dag. Met 294.568 unieke bezoekers op de maandag na de gemeente- en provincieraadsverkiezingen piekte de site. Met Roland Garros, het *WK voetbal*, de *Tour de France*, de moord op Joe Van Holsbeek en de racistische moorden in Antwerpen werden extra bezoekers naar de nieuwssite getrokken.

**VRTnieuws.net  
ging meer aandacht  
besteden aan duiding  
en opiniëring.**

## Sporza.be

De VRT verwierf de internetrechten voor het eersteklassevoetbal. Op sporza.be konden daardoor de wedstrijdsamenvattingen uit de *Studio 1*-programma's (her)bekeken worden.

Tijdens het *WK-Voetbal* was er over het toernooi een subsite op Sporza.be. De site bevatte nieuwsberichten, data en statistieken over het WK. Via sporza.be kon de mediagebruiker het *tennis-toernooi van Wimbledon* en de *Memorial Van Damme* volgen via livestreaming.

Behalve via radio en tv kon de *Ronde van Frankrijk* voor het eerst ook via het internet en met mobiele toestellen gevolgd worden. (zie p. 51) Daarvoor werd een intense mediacampagne gevoerd.

Door *Roland Garros*, het *WK-voetbal* en *Wimbledon* piekte Sporza.be in juni 2006.



## Teletekst

VRT-Teletekst biedt nieuws volgens dezelfde normen en criteria als VRTnieuws.net. De berichten op VRTnieuws.net worden tegelijk geplaatst op Teletekst (in een aangepaste vorm).

Teletekst bracht in 2006 het belangrijkste nieuws over de gemeentelijke en provincieraadsverkiezingen op zijn regionale pagina's. Op de ver-

kiezingsdag zelf en de dag nadien was het Teletekst-aanbod op Eén volledig gewijd aan commentaar en analyses bij en uitslagen van de verkiezingen.

Teletekst had tijdens de periode van het *WK-Voetbal* 80 pagina's over dat sportgebeuren.

## 3.4 Podcastaanbod & digitale radiospeler

### Het podcastaanbod

#### Start to run

De VRT werkte samen met de Vlaamse Atletiekfederatie om het programma *Start to run* op podcast te brengen. Dat gebeurde in het kader van het programma *Vlaanderen Sportland*. Er werden in 2006 twee reeksen podcastprogramma's (van 25 audioclips) gemaakt: één voor 5 km en één voor 10 km lopen.

Aan de hand van het trainingsprogramma dat kon worden gedownload en beluisterd via een mp3-speler, hebben duizenden mensen leren lopen (en leren omgaan met een nieuw medium). Eind 2006 waren er bijna 500.000 downloads.

Het podcastaanbod voor de radionetten werd in 2006 uitgebreid:

- Het Radio 1-aanbod bestond uit: *De Wetstraatwatcher*, *De tekstbaronnen*, *De wilde week* (fragmenten uit *Wilde geruchten*), *Het huis van bewaring*, *Alaska* en *Titaantjes*.
- Radio 2 bood *De raadkamer* en *De kookpod* als podcasts aan.
- *Studio Pod* was een podcastprogramma dat het beste van een week Studio Brussel bracht. Het programma kreeg ook een plaats in het programmaschema. Daarnaast werden ook *De afrekening* en *De grote Peter Van De Veire ochtenshow* als podcast aangeboden.

**Hype Channel speurde het internet af op zoek naar nog onuitgegeven muziek en haalde het het beste uit interessante podcasts.**

Op Studio Brussel zelf speurde *Hype Channel* het internet af op zoek naar nog onuitgegeven muziek en haalde het programma het beste uit interessante podcasts.

- Het wekelijks podcastprogramma *Met David op de Pod* brengt het beste van het Donna-programma van *David Van Ooteghem*.
- Klara bood *Rondas* wekelijks als podcast aan. In de zomer en in december was er een tijdelijke podcast voor de *Radioboeken* en in de zomer was er een tijdelijke podcast van *Verne*.
- Sinds 2006 wordt het programma *Gesprek van de week* van RVi via podcast aangeboden.

Over het hele jaar 2006 werden 893.120 uitzendingen gepodcast of gedownload via de traditionele manier. Het podcastaanbod *Start to Run* was goed voor bijna 500.000 downloads. Van de reguliere radio-programma's werden die van Studio Brussel het vaakst gedownload: *De Afrekening* bijna 120.000 keer, *Studio Pod* 90.000. Ook de *Mozartweek* op Klara bleek een succes met 32.880 downloads.

## Digitale radiospeler

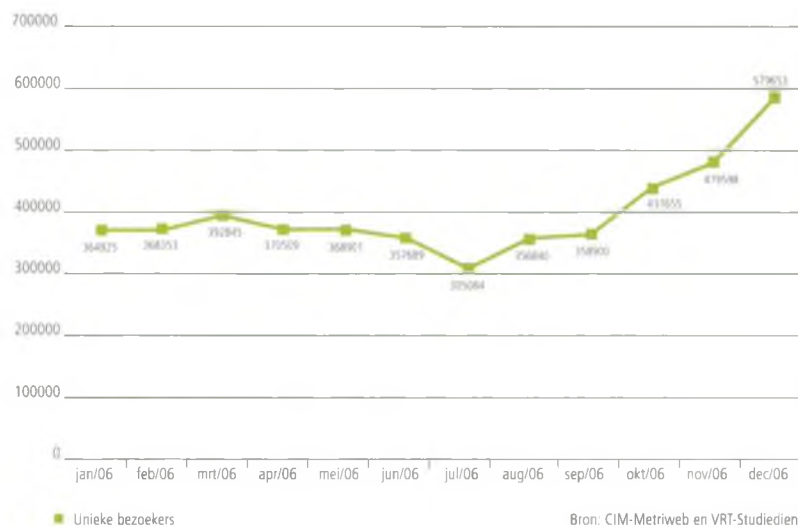
De VRT heeft in 2006 zijn digitale radiospeler op het internet aangepast. De radiospeler is gebruiksvriendelijk en eenvoudig toegankelijk. De aangeboden kanalen zijn Radio 1, Radio 2, Klara, Donna, Studio Brussel, RVi en vier digitale radiokanalen (Sporza, nieuws+, Klara continuo en Donna hitbits).

De nieuwe versie van de digitale radiospeler neemt de hoofdpunten van VRTnieuws.net over. De luisteraars kunnen playlists opvragen waarbij ze kunnen zoeken op naam van de artiest of op titel van de cd. Via een *Net Gemist*-toepassing kunnen recente programma's opnieuw beluisterd worden. Aanvullend kan de luisteraar met de "knop" *herbeluister* memorabele reportages, interviews of andere fragmenten opnieuw opvragen. De webapplicatie geeft toegang tot de beelden van een webcam in de radiostudio en maakt het mailen naar de programmamakers eenvoudiger.

Het aantal luisteraars van de digitale radiospeler steeg in 2006. Vóór zijn vernieuwing bereikte de internetradiospeler gemiddeld 22.889 gebruikers per dag. Dat aantal steeg door de nieuwe speler tot 30.761 (+33%). De internetspeler piekte tot 50.000 luisteraars tijdens belangrijke sport- of radio-evenementen, zoals de *Mozartweek*, het verslag van de voetbaltopper Anderlecht-Standard, de laatste speeldag in de voetbalcompetitie, de halve finale van Roland Garros, de start van de vernieuwde radiospeler en *Music for Life*. In december 2006 kwamen bijna 580.000 unieke bezoekers een livestream volgen of een programma-opaanvraag (her)beluisteren. Per net en per dag maakte 40 à 50% van de websitebezoekers gebruik van de internetradiospeler.

Via het internet werd gemiddeld 60.000 uur per dag naar VRT-radio geluisterd (bijna een verdrievoudiging ten opzichte van 2005). Op jaarbasis werd op die manier 21 miljoen uur live geluisterd naar internetradio en 750.000 uur op aanvraag. Dat het aanbod-op-aanvraag een succes is, blijkt bijvoorbeeld ook uit het feit dat 90.000 keer een clip van *Music for life* werd opgevraagd.

VRT-radiospeler: unieke bezoekers per maand



Bron: CIM-Metriweb en VRT-Studiedienst



### 3.5 Pioniersprojecten

De VRT heeft in 2006 een aantal pioniersprojecten opgezet. Ze waren stuk voor stuk succesvol, leverden nuttige leerervaringen op en vormden de bouwstenen om nieuwe internet- en mobiele producten te ontwikkelen.

#### Het multimediatoproject Ronde van Frankrijk

De Ronde van Frankrijk werd in 2006 voor het eerst via het internet en mobiele toestellen tot bij de mediagebruiker gebracht.

Sporza.be bood een nieuwe internettoepassing aan. Het verrijkte internetaanbod was een combinatie van livevideo, permanente verslaggeving geïllustreerd met videoclippen op aanvraag, permanent vernieuwde grafieken over het koersverloop, klasseringen, profielen van renners en ploegen en een pronostiek. Er waren gemiddeld

50.000 unieke bezoekers per weekdag op de webpagina's van de Tour de France. Gemiddeld 6.000 mensen volgden de Tour via de livestream op hun breedbandverbinding (met pieken tot 10.000 gebruikers).

De VRT ontwikkelde een microsite voor gsm's. De applicatie bood, naast tekstinformatie, livestreaming van de

ritten en videoclippen op aanvraag (voor gsm's van de nieuwste generatie<sup>48</sup>) gratis aan.

Zodra er iets belangrijks in de Tour gebeurde, werden geïnteresseerden die zich hadden geregistreerd, per sms verwittigd.

#### 16+

16+ was bij zijn start een fictiereeks die op jongeren gericht was. Het programma (over het leven van laatstejaarsleerlingen op een

middelbare school, hun leerkrachten en hun ouders) werd in 2006 uitgezonden op Eén. Op 16plus.be konden jongeren hun audiovisuele creaties (audio, video, foto) met anderen delen. Het succes van de site<sup>49</sup> toonde aan dat de mediagebruiker het geboden platform waardeert voor de invulling van zijn nieuwe mediabehoefden, maar ook dat Vlaamse alternatieven voor YouTube succesvol kunnen zijn.



Studio Brussel was nauw betrokken bij de ontwikkeling van de jongerencommunity van 16+. In de programma's van Studio Brussel werd regelmatig bericht over wat er op de website gebeurde. Soms werden er muziekclips overgenomen op Studio Brussel en Canvas.

#### Groeninghemuseum

Het project "Groeninghemuseum" ging na of een mobiele media-omgeving gevormd kan worden met "locatiegebonden media"<sup>50</sup>. Een selectiegroep kon met een videogids het Groeninghemuseum bezoeken. Het betekende voor de museumbezoeker een duidelijke meerwaarde bij de beleving van het museum.

#### Andere projecten

De VRT heeft een blog opgestart rond het radioprogramma *Ramblas* van Klara. Het proefproject biedt de VRT interessante informatie bij het ontwikkelen van andere blogs in de toekomst.

Nog andere projecten in nieuwe media werden opgestart in 2006. Het gaat om projecten rond programma's zoals *Zo is er maar één*, *Debby & Nancy* en *Emma* en toepassingen zoals *Radio Actief*<sup>51</sup>, *Toynima*<sup>52</sup> en een podcastportaal. Ze worden in 2007 geïntroduceerd.

<sup>48</sup> De 3G of Edge-toestellen.

<sup>49</sup> De website werd ontwikkeld in samenwerking met het IBBT (die het internetplatform host).

<sup>50</sup> Dit zijn mediatoepassingen die gestuurd worden door de plaats waar het medium zich bevindt.

<sup>51</sup> Aan de hand van verrijkte "break-outs" zal de luisteraar meer mogelijkheden krijgen om een extra audio-aanbod te vinden. Op die manier krijgt de luisteraar een hogere persoonlijke vrijheid over wat hij wenst te beluisteren. Break-out-items zullen zowel redactioneel (bio's, foto's, video's, interviews, ...) als commercieel (downloads, tickets, ...) zijn. Ze kunnen ook verwijzen naar aanbod van andere omroepen en (media-)organisaties (zoals YouTube).

<sup>52</sup> Toynima is een online-animatietool die gekoppeld is aan een user-generated-content platform voor de Knetnet-kijkers.

## 4. Crossmediale projecten en samenwerking

Een moderne omroep ontplooit zijn media-aanbod niet langer meer op één medium. Het samenwerken tussen de verschillende media kan immers op een aantal vlakken belangrijke meerwaarden opleveren.

### 4.1 Crossmediale samenwerking

#### Nieuws

In 2006 werd intensief gewerkt aan het VRT-nieuwsproject. Het project wil de nieuws- en duidingsredacties van de VRT onderbrengen in een intern productiehuis nieuws. Dat zal nieuwsprogramma's toeleveren aan radio, tv, internet en mobiel. De redacties zullen structureel samenwerken op één "nieuwsvloer" en zullen gebruik maken van één technologisch platform.



In 2006 is intensief gewerkt aan de eengemaakte nieuwsdienst:

- De VRT bracht de behoeften in kaart in verband met de nieuwe technologische systemen waarop gewerkt zal worden en de integratie van die systemen. Tegelijk werd een eerste voorstel van de toekomstige workflow op papier gezet. Vanaf juli 2006 zijn al enkele vernieuwingen in gebruik genomen. Zo was er de invoering van *iNews* als nieuwsredactiesysteem voor radio, tv en online, en het opstarten van een adressenboek (met de gegevens van interessante gesprekspartners voor journalisten). Ook de nieuwe technologie om vanuit de zendwagens beeld door te sturen is in gebruik genomen.
- De VRT zette de bouw van de nieuwe nieuwsvloer voort. Tegelijk werd de indeling ervan verder uitgetekend.
- De samenwerkingsmodellen tussen radio, TV, online en mobiel zijn verder uitgewerkt.
- Samenwerken in multimediale themaredacties en in een digitale omgeving betekent dat veel medewerkers een nieuwe functieinvulling krijgen. Een werkgroep heeft de verschillende redactiegroepen en hun taken gedefinieerd en op basis daarvan de functies van de medewerkers beschreven.
- In de nieuwe beheersovereenkomst is het aanbod dat het toekomstige nieuwsproductiehuis wil leveren, opgenomen.
- De krijtlijnen voor de budgetverdeling werden getrokken. Daarbij is geanticipeerd op het nieuwe organisatie-model voor de hele VRT.

***Een intern productiehuis zal nieuwsprogramma's toeleveren aan radio, tv, internet en mobiel.***

In 2006 werden alle medewerkers van nieuws en sport uitgenodigd op "visiesessies". Daar hebben ze kennisgemaakt met de snelle evoluties in het medialandschap en het antwoord van de VRT daarop.

In 2006 is een tweemaandelijks nieuwsbrief over het nieuwsproject opgestart. Eind 2006 is tevens het programmaboek ontwikkeld en bezorgd aan alle redactiemedewerkers. In dat boek staan de krachtlijnen van het nieuwsproject en de nieuwe nieuwsredactie.

Als voorafname van het nieuwsproject werd er voor de gemeente- en provincieraadsverkiezingen al intensief samengewerkt tussen Radio 1, Radio 2, de radionieuwsdienst, de tv-nieuwsdienst en de online-nieuwsdienst.

## De gemeente- en provincieraadsverkiezingen 2006

De openbare omroep speelde in 2006 een leidinggevende rol in het informeren van de bevolking over de gemeente- en provincieraadsverkiezingen. Op radio, televisie en internet stonden veel programma's in het teken van de verkiezingen.

**De openbare omroep speelde in 2006 een leidinggevende rol in het informeren van de bevolking over de gemeente- en provincieraadsverkiezingen.**

Omdat de gemeente- en provincieraadsverkiezingen lokale verkiezingen zijn, werden in alle provincies multimediale verkiezingsredacties opgericht met medewerkers van radio, tv en online. Zo was het mogelijk om lokaal verkiezingsnieuws met nationaal belang, via de nationale media, tot bij iedere Vlaming te brengen.

### TV

In de aanloop van de verkiezingen besteedde de tv-nieuwsdienst ruim aandacht aan de lokale (beleids)problemen:

- In de eerste plaats was er het campagnenieuws in de hoofdjournaals op Eén.
- Canvas bracht gedurende twee weken het magazine *Terzake 06*. Dit discussieprogramma werd rechtstreeks uitgezonden van

uit tien Vlaamse gemeenten. Telkens werd er gepeild<sup>53</sup> naar de mening van de plaatselijke bevolking over lokale problemen en politici.

- Tijdens de week vóór de verkiezingen had *Terzake 06 XL* elke dag uitgebreide aandacht voor de verkiezingsprogramma's van de Vlaamse partijen.
- Eén was een belangrijke pijler bij het crossmediale project *Zeg nu zelf*. Daarin werd in de startshow gepeild naar de tevredenheid van alle burgers in Vlaanderen over het beleid in hun gemeente. In de slotshow werd ingegaan op de oplossingen van politici voor de lokale samenlevingsproblemen.
- In de laatste week vóór de verkiezingen trok het debatprogramma *Woord tegen woord* (Eén) naar de provinciehoofdsteden. In het programma werden politici uit de grote Vlaamse steden ondervraagd over de inzet van de verkiezingen voor hun stad.

Op de verkiezingsdag zelf bracht de tv-nieuwsdienst tijdens een marathonuitzending verslag uit van overal in Vlaanderen. In totaal volgden 2.787.000 kijkers minstens tien minuten van de verkiezingsuitzending. Tijdens het hoofdblok van de marathonuitzending, tussen *Het journaal* van 19 uur en *Het late journaal*, waren er gemiddeld 762.000 kijkers

Op 9 oktober, de dag na de verkiezingen, was er het traditionele debat met de partijvoorzitters op Radio 1 en Eén.

### Radio

In de aanloop naar de verkiezingen was er *De grote debatweek* bij Radio 1: *Voor de dag* en *Lopende zaken* brachten verslag uit vanuit tien Vlaamse steden. Er werden debatten gevoerd met de burgemeesters en hun uitdagers in *Voor de dag*. In *Lopende zaken* werden de lokale uitdagingen besproken met de burgemeesters, hun coalitiepartners en de oppositie. *De Wandelgangen* bracht twee weken lang reportages rond lokale thema's.

Radio 2 ging op zoek naar voorbeelden van goed lokaal bestuur. Donna signaleerde verkiezingsnieuws in de marge en onder-



steunde *Zeg nu zelf*. Studio Brussel had een eigen rubriek met verkiezingsnieuws en speelde een quiz rond lokale probleemstellingen met bekende politici die deelnamen aan de verkiezingen.

Op de verkiezingszondag werden de resultaten van de verkiezingen snel en zo volledig mogelijk meegedeeld. In de nacht van 8 op 9 oktober bleef Radio 2 de actualiteit in de gemeenten en de coalitievormingen volgen. Radio 1 vulde de politieke actualiteit aan met debatten, analyses en commentaar van de politieke kopstukken.

De VRT-radiozenders bereikten meer dan 3,2 miljoen luisteraars (eigen VRT-onderzoek). Dat zijn er 475.000 meer dan op een gemiddelde zondag.

## VRTnieuws.net, Teletekst, sms

VRTnieuws.net zette een subsite *Verkiezingen '06* op. Het werd een belangrijke pijler in de crossmediale aanpak van de verkiezingen en informeerde en mobiliseerde de Vlaming.

Het informatieve deel van de subsite was gebouwd rond politiek nieuws en actualiteit uit alle Vlaamse en Brusselse gemeenten en de Vlaamse provincies. Elke gemeente en provincie had een eigen pagina met een schets van de lokale politieke situatie. Er waren regelmatig updates van het verkiezingsnieuws.

Het mobiliserende deel zwengelde het maatschappelijk debat rond de lokale politiek aan. Het ging onder de naam *Zeg nu zelf* online. Een tevredenheidstest (op VRTnieuws.net en Zegnuzelf.be) was opgebouwd rond stellingen over de gemeentepolitiek en het gemeentelijk beleid. De stellingen dienden tevens als leidraad voor diverse programma's op radio en tv. De mediagebruiker kon zijn mening ook kwijt op interactieve fora. Het sluitstuk van het project waren 20 VRT-debatten met politiek-geïnteresseerde burgers en organisaties. Ze werden gemodereerd door bekende VRT-gezichten.

De verkiezingsdag zelf en de dag nadien leverden voor VRTnieuws.net nieuwe topdagen op, met respectievelijk 255.000 en 294.000 unieke bezoekers.

Teletekst bracht het belangrijkste verkiezingsnieuws op zijn regionale pagina's. Op de verkiezingsdag zelf en de dag nadien werd Teletekst ontkoppeld tussen Eén en Canvas/Ketnet. Bij Eén lag de klemtoon op commentaar en analyses bij en uitslagen van de verkiezingen. De teletekstpagina's van Eén werden door 1,1 miljoen kijkers geraadpleegd.

De VRT bood ook de verkiezingsuitslag per gemeente aan via sms. 38.361 keer werd zo een uitslag opgevraagd.

## Cultuur

In november 2005 werd binnen de VRT een centrale cultuurcoördinatiefunctie opgericht. Vertegenwoordigers van alle netten en nieuwsdiensten kwamen vanaf toen op wekelijkse basis samen. De groep bekeek het cultuuraanbod van Vlaanderen op korte en middellange termijn.

De cultuursector werd in 2006 regelmatig door de cultuurcel uitgenodigd om toelichting te geven bij grote culturele evenementen. De cultuursector maakte zelf ook gebruik van het unieke aanspreekpunt. Ze legden nieuwe initiatieven voor zodat de omroep een meer geïntegreerd cultuuraanbod kon samenstellen.

Als gevolg van de centrale cultuurcoördinatie brachten alle netten een uitgebreider cultuuraanbod dan voorheen. Met zijn cultuurproject wil de VRT het bereik van cultuur verder verhogen en de mediabehoefte van de cultuurliefhebber invullen.

## Wetenschappen

De VRT versterkte in 2006 zijn externe dialoog met de wetenschapswereld. Op het eerste *Laboratorium Kennis en Wetenschappen*

(een gedachtenwisseling van de VRT met de wetenschappelijke wereld) in augustus 2006 werden de vertegenwoordigers van de Vlaamse wetenschapswereld ingelicht over de vernieuwde aanpak van Kennis en Wetenschappen.

De omroep creëerde een uniek VRT-aanspreekpunt voor de wetenschappelijke instellingen. Dat bood aan de wetenschapswereld een forum bij de VRT. Het maakte het de wetenschappers en wetenschappelijke instellingen eenvoudig om (samenwerkings)projecten voor te stellen. Hierdoor brachten de nieuwsuitzendingen meer wetenschappelijke achtergrondinformatie.

**De omroep creëerde een uniek VRT-aanspreekpunt voor de wetenschappelijke instellingen.**

Door dit unieke aanspreekpunt konden de redactionele bijdragen gecoördineerd aangemaakt worden en kwam meer wetenschappelijke informatie aan bod op alle netten: als programma-item (bijvoorbeeld een item in *Het Journaal* (Eén) of *De Wandelingen* (Radio1) ) of in een wetenschapsprogramma (bijvoorbeeld *Over leven* op Canvas en *Half uur natuur* op Eén).

## Muziek

In mei 2006 ging de VRT-muziekcel van start. De cel coördineerde het VRT-muziekaanbod.

Een stuurgroep ontwikkelde en bewaakte de algemene muziekstrategie. Het werd het unieke VRT-aanspreekpunt voor de muziekindustrie. De groep onderzocht ook de nieuwe distributiemogelijkheden (voor muziek). Hij zocht naar nieuwe samenwerkingsvormen met de muziekindustrie en ontwikkelde ideeën rond crossmediale en multimediale muziekprogramma's.

Een werkgroep met muziekvertegenwoordigers van de radio- en televisienetten, stond in voor de redactionele en promotionele coördinatie van muziekitems en -acties.



*Zo is er maar één*

## Sport

Eind 2006 richtte de VRT een crossmediale sportcel op. De cel zal netwerken oprichten tussen de VRT en de sportorganisaties, en is ook het aanspreekpunt voor de Minister van Sport en de Vlaamse Sportraad. De cel bracht in 2006 alle sportorganisaties in Vlaanderen in kaart. Een werkgroep inventariseert en coördineert het VRT-sportaanbod over de netten heen. Dit team probeert ook nieuwe formats waarin sport aan bod kan komen te ontwikkelen.

### 4.2. Crossmediale projecten

De VRT pakte in 2006 verschillende projecten en thema's crossmediaal aan. Door samen te werken ontwikkelde de VRT een succesvol crossmediaal aanbod dat complementair opgebouwd werd vanuit radio, tv, online en soms ook mobiel.

## 1000 zonnen en garnalen

In 2006 werd het Eén-programma *1000 Zonnen en Garnalen* uitgebreid tot een crossmediaal VRT-product. Tijdens de zomermaanden werd op Radio 2 elke weekdag een programma van twee uur onder deze



titel gebracht. Op Eén werd elke weekdag een programma van een half uur gebracht. Op zondag werd een evenement georganiseerd. Er was er een speciale website actief. De baseline van *1000 Zonnen en Garnalen* was "via verhalen van mensen te laten horen, zien en voelen van alles wat er in Vlaanderen in de zomer gebeurt".

**Het is de bedoeling dat Eén, Radio 2 en Toerisme Vlaanderen intens gaan samenwerken op het vlak van toerisme.**

Op elk medium werd gebruik gemaakt van dezelfde stem, dezelfde agenda, gemeenschappelijke onderwerpen, dezelfde jingles, hetzelfde logo, dezelfde "uitsmijter" en wederzijdse doorverwijzing. Het project werd onder-

steund door een gelijklopende campagne op Radio 2, Eén en in het Nieuwsblad.

In 2006 werden de eerste bouwstenen gelegd voor een cross-mediaal *Vlaanderen Vakantieland*. Het is de bedoeling dat Eén en Radio 2 rond toerisme in Vlaanderen intens gaan samenwerken.

## Eurosong 2006 + Eurovisiesongfestival 2006 & Eurosong for kids + Junior Eurovisiesongfestival

In *Eurosong 2006* op Eén werd gestreden om het Belgische ticket voor deelname aan het *Eurovisiesongfestival 2006*. *De rode loper* (Eén) bracht verslag uit van de voorbereidingen en de gebeurtenissen achter de schermen. Radio 2 en Donna stelden elke week de liedjes voor die de zondagavond live gebracht werden. De luisteraars van beide netten en de kijkers van Eén kregen een belangrijke stem in de selectie van de winnaars. Op de *Eurosong*-website was (naast de liedjes) achtergrondinformatie over alle kandidaten en de televisieshows terug te vinden.

De nationale selecties voor het *Junior Eurovisiesongfestival* waren gezamenlijk door Ketnet en Eén georganiseerd. In vier shows van *Eurosong for kids* op Eén werd bepaald wie ons land zou vertegenwoordigen tijdens de Europese finale. De kandidaten werden op Ketnet vanaf hun selectie tot de finale gevolgd in een wekelijks magazine. *De rode loper* (Eén) en *Karrewiet* (Ketnet) brachten reportages, interviews, commentaar en sfeerbeelden. De liedjes werden vanaf de halve finale voorgesteld op Radio 2 en Donna. Na afloop van elke tv-uitzending kon de mediagebruiker de liedjes via een.be, ketnet.be en KetnetKick bekijken en beluisteren.

## Media Morgen



De openbare omroep bracht in 2006 het debat op gang over de technologische en maatschappelijke evoluties inzake het mediagebruik. Het project Media Morgen sloot nauw aan bij de openbare opdracht van de omroep om aandacht te besteden aan de ontwikkelingen in de nieuwe media. De VRT bereikte met het project Media Morgen het brede publiek. Hij kon zo aantonen *dat de technologie onze samenleving sterk verandert en dat de technologie op zijn beurt sterk verandert onder druk van de samenleving*.

Op die manier zwengelde de VRT het debat aan over de rol van de openbare omroep in het digitale tijdperk. Alle VRT-netten brachten informatie over de rol van de digitale media voor onze samenleving en lieten een verscheidenheid aan opinies aan bod komen.

**Alle VRT-netten brachten informatie over de rol van de digitale media voor onze samenleving en lieten een verscheidenheid aan opinies aan bod komen.**

Op alle netten werd, gedurende één week, aandacht besteed aan de evoluties in de media. De netten lieten essayisten, gastsprekers en het brede publiek hun visie vertellen over de toekomst van de media. Er werd een congres<sup>54</sup> georganiseerd en een boek uitgebracht. Beide stonden stil bij de evoluties in het medialandschap en de rol van een openbare omroep voor de samenleving.

<sup>54</sup> Het congres kon door alle VRT-medewerkers live gevolgd worden op een intern TV-kanaal.





Een speciale website, [mediamorgen.be](http://mediamorgen.be), bracht informatie voor het brede publiek over de ontwikkelingen in het medialandschap.

## W@=D@

Het project W@=D@ belichtte de culturele diversiteit in de wereld. Het crossmediale cultuurproject ging in november 2006 van start op Ketnet en Eén met een eigen cultuurprogramma.

Er werd een website opgestart. De mediagebruiker kon op [watisdat.be](http://watisdat.be) docuclips bekijken. Het waren minidocumentaires die achtergrond en verdieping brachten over items uit de tv-reeks. De vorm van de website werd aangepast naargelang de bestemming. "I love culture" was een forum (in samenwerking met de Nationale Loterij) dat gekoppeld was aan de website.

### **W@=D@ belichtte de culturele diversiteit in de wereld.**

Bij elke nieuwe bestemming lag ook een nieuw W@=D@-magazine (van Sanoma-Magazines Belgium) in de winkel. In de Grote zaal van Het Paleis (het theaterhuis voor kinderen, jongeren

en kunstenaars in Antwerpen) was er elke maand "wereldtheater". De Vlaamse overheid leverde drie interactieve stadssculpturen van zeven meter hoog.

## Fata Morgana

In Fata Morgana werd in de zomermaanden wekelijks een Vlaamse stad of gemeente door een bekende inwoner uitgedaagd om spectaculaire opdrachten te realiseren. Het tv-programma en de slotevenementen werden ondersteund door Radio 2. Op dat net werden er oproepen en reportages gebracht. Op elke slotdag was er een optreden van de Radio 2-band.



## Monumentenstrijd

De VRT slaagde erin vele Vlamingen te mobiliseren bij de verkiezing van een monument in Vlaanderen dat een renovatie verdiende. In september 2006 werd het startschot van dit crossmediale project gegeven.



Monumentenstrijd belichtte op een moderne manier het Vlaamse onroerend erfgoed. De VRT bracht op een innovatieve, interactieve en educatieve manier geschiedenis over het Vlaamse erfgoed. Het project droeg niet alleen bij tot een hernieuwde belangstelling voor ons culturele en historische erfgoed maar zorgde ook voor een maatschappelijk engagement bij vele Vlamingen.

Om de wedstrijd en de restauratiepremies voor het winnende monument (de Stoomstroopfabriek van Borgloon) en de laureaten mogelijk te maken, werd een Restauratiefonds opgericht. Dat fonds (1.000.000 euro) kwam er op initiatief van het Ministerie van Ruimtelijke Ordening, het Vlaams instituut voor Onroerend Erfgoed, de vzw Erfgoed Vlaanderen, de vzw Monumentenwacht Vlaanderen, de organisatie Open Monumentendag Vlaanderen en de vzw VCM Contactforum voor Erfgoedverenigingen. De financiële middelen werden gevonden bij de Nationale Loterij, Fortis en het Wetenschappelijk en Technisch Centrum voor het Bouwbedrijf. De Standaard werd mediapartner. Voor de website werd in zee gegaan met Windows Live en MSN.



Monumentenstrijd

De VRT zette zes maanden lang monumenten, sites, historische gebouwen en locaties in de kijker. De hoofdpdracht van het project ging verder dan de verkiezing zelf: het vestigde de aandacht op het rijke patrimonium in Vlaanderen en stimuleerde zo het debat over de betekenis en de waarde ervan.

Op verschillende "fronten" werd de Monumentenstrijd gevoerd:

- De 30 geselecteerde monumenten werden voorgesteld in een extra bijlage in *De Standaard*, in *Vlaanderen Vakantieland* (Eén) en op [monumentenstrijd.be](http://monumentenstrijd.be).
- Op Canvas werden documentaires en de start- en slotshow uitgezonden.
- Radio 1 was informatief: *Wilde geruchten* bracht het monumentennieuws in de marge, *Neon* bracht reportages over Vlaamse monumenten met commentaar van experts.
- Diverse Radio 2-programma's mobiliseerden in de verschillende Vlaamse regio's. In *Ochtendpost*, *Middagpost* en *Avondpost* werden de monumenten uit de eigen regio uitgebreid voorgesteld. Ook in *1000 zonnen en garnalen* werden de geno-

mineerde monumenten belicht. *Memo* besteedde veel aandacht aan de Monumentenstrijd, onder andere via de rubriek *De monumententelefoon*.

- Monumentenstrijd.be bood achtergrondinformatie, tips, een starterspakket over hoe je zelf je monument kunt beschermen en een streaming van de Canvasprogramma's. Via de website kon gestemd worden op het favoriete monument. Topdag in 2006 van de site was de Open Monumentendag van 10 september met 5.400 unieke bezoekers.

## Concerten 0110

0110 stond in 2006 voor de concerten voor een verdraagzame samenleving in Brussel, Antwerpen, Gent en Charleroi. De VRT ondersteunde het initiatief. Het uitgangspunt van 'verdraagzaamheid' sluit immers aan bij de missie van de VRT en zijn openbare omroepopdracht. De VRT had in verschillende programma's op radio en tv uitgebreid aandacht voor de 0110-concerten.

Organisatorisch was Studio Brussel een belangrijke trekker van de crossmediale opname. Het net regelde de techniek en de rechten. De andere VRT-netten en andere Vlaamse omroepen konden gebruik maken van de infrastructuur. Het net bracht met *All Areas 0110* een hele dag verslag uit met concertfragmenten en interviews.

Radio 1 en Donna braken in hun reguliere uitzending regelmatig in voor concertfragmenten en interviews. Radio 2 zond *Viva Vlaanderen* uit vanop het 0110-concert in Anwerpen.

Ook op televisie was er uitgebreid aandacht voor het muziek-evenement. *De rode loper* (Eén) belichtte de voorbereidingen, bracht live interviews op de concertdag zelf en zond een special uit de dag nadien. Canvas zond een samenvattend concertverslag uit op de avond van de concerten. *De journaals* bleven uitgebreid stilstaan bij de maatschappelijke betekenis van de concerten. *De zevende dag* (Eén) hield een discussie en had een interview met de initiatiefnemer (Tom Barman) van 0110. In *Shoot* en *NT van*

*Ketnet* werden Sioen (één van de deelnemende artiesten) en Tom Barman geïnterviewd over de opzet van O110. *Karrewiet* bracht een reportage over de O110-concerten in Gent en Antwerpen.

## Music for Life

Eind 2006 nam Studio Brussel - parallel met 3FM van de Nederlandse Publieke Omroep - het initiatief om een zesdaagse marathonuitzending (van 19 tot 24 december) te houden voor het goede doel: *Music for Life*. De bedoeling was de Vlaming te mobiliseren rond de problematiek van de landmijnen. *Music for life* werd een verzoekplatenprogramma dat werd uitgezonden vanuit een glazen studio (waarin de presentatoren waren opgesloten) op het Martelarenplein in Leuven. De oproep tot geldinzameling voor het landmijnenproject van het Rode Kruis bracht 2.419.426 euro op.

*Het Glazen Huis Live* werd elke voormiddag op Eén uitgezonden en tijdens het slotevenement. Er was ook veel redactionele aandacht voor het project in *De rode loper* (Eén), *de Journaals* (Eén en Canvas) en *Man bijt hond* (Eén).

Tijdens *Music for Life* luisterden veel meer mensen dan gewoonlijk naar Studio Brussel. Op 23 december bereikte het net zijn luisterrecord. In totaal luisterden tijdens de zesdaagse marathon bijna 1,5 miljoen Vlamingen naar (een deel van) de actie. Het slotevenement van de actie werd ook uitgezonden op Eén: er waren 560.000 kijkers. Er waren 20.000 luisteraars per dag die de livestream op het internet volgden. Op de topdag (22 december) volgden 36.000 kijkers live de videostream. In totaal werden 90.000 radioclips van het programma opgevraagd via de internet-radiospeler.



*Peter Van de Veire,  
Tomas De Soete en  
Christophe Lambrecht  
presenteerden  
Music for Life*



De productiefactoren

# 1. Personeelsbeleid

De VRT had in 2006 2.792 actieve personeelsleden (inclusief VRTnieuws-online en e-VRT)<sup>55</sup>, goed voor 2.633,5 FTE's. In 2006 werkten 91 medewerkers met contracten van bepaalde duur. 37% van de VRT-medewerkers is een vrouw, 63% een man. 60% is contractueel, 40% is statutair. In 2006 schreef de VRT 239 vacatures uit. Bijna 5.900 sollicitaties (waarvan 40% spontane) kwamen aan op de VRT.

De VRT zal in uitvoering van de nieuwe beheersovereenkomst vanaf 2007 het aantal allochtone en gehandicapte medewerkers registreren. 2007 zal met andere woorden een nulmeting terzake betekenen. Hieraan zullen streefcijfers getoetst worden. Gezien het recht op privacy zullen alleen die medewerkers worden geregistreerd die zich vrijwillig bekend maken.

De VRT bleef binnen het door de Raad van Bestuur goedgekeurde budget voor personeelskosten. Op 31 december 2006 was er ten opzichte van het budget een overschot van 2.695.598 euro.

flexibiliteit. Hij bewaakt en respecteert daarbij de rechten van de medewerkers.

In 2006 werd de mogelijkheid om te telewerken uitgebreid met telehuiswerken. Sinds 1 juli kan elke VRT-medewerker, indien de dienst het toelaat, telehuiswerken.<sup>57</sup> Op 31 december 2006 telde de VRT 214 medewerkers die telewerken, thuis of in een provinciaal omroepgebouw. De VRT kreeg de *E-werk Award 2006*. De wedstrijd waaraan de prijs gekoppeld was, werd georganiseerd door de Vlaamse Gemeenschap, Unizo en Voka. De prijs werd toegekend omdat de VRT vernieuwende vormen van flexibel en mobiel werken in zijn organisatie had ingevoerd.

In december 2006 werd het SAC 2007 (sectoraal akkoord contractuelen) door de Raad van Bestuur goedgekeurd. Voor 2007 is een collectieve loonsverhoging voor de contractuele personeelsleden toegewezen.

**Sinds 1 juli kan elke VRT-medewerker, indien de dienst het toelaat, telehuiswerken.**

## Personeelskosten 2006<sup>56</sup>

	Beheersovereenk. 2006	Gewijzigd Budget 2006	Uitgaven 2006
Personeelskost continuïteit programmering	160.635.000	172.198.216	169.441.164
Personeelskost VVP (maxidecreet)	1.779.000	1.870.000	1.931.454
<b>Totaal</b>	<b>162.414.000</b>	<b>174.068.216</b>	<b>171.372.618</b>

Bron: VRT

In 2006 werden een aantal voordelen voor de medewerkers aangepast of uitgebreid. De Raad van Bestuur van de vzw Sociale Werken VRT besliste om het bedrag dat in de begroting wordt opgenomen voor de jaarpremies voor gepensioneerden met een bescheiden gezinsinkomen, te verdubbelen. In 2006 is beslist dat (met ingang van 2007) de terugbetaling van medische kosten wordt aangepast. Zijn de uitgaven voor medische kosten op jaarbasis hoger dan 0,8% (voorheen 1%) van het netto belastbaar inkomen, dan is er een tegemoetkoming. Vanaf 2007 wordt ook de tegemoetkoming in de hospitalisatiepremie uitgebreid voor gepensioneerden die een hospitalisatieverzekering hebben bij een andere maatschappij dan die waar de VRT bij aangesloten is.

## Vergoeding en flexibiliteit

De VRT streeft een billijke verloning voor zijn medewerkers na. Tegelijk is de VRT een efficiënt productiehuis dat met de andere Vlaamse productiehuisen en facilitaire bedrijven kan concurreren. De VRT geeft en vraagt daarom aan zijn medewerkers een zekere

<sup>55</sup> Het vermelde personeelsbestand bevat niet de 46,5 statutaire personeelsleden van het Vlaams Radio-Orkest en het Vlaams Radio-Koor, 47 personeelsleden met loopbaanonderbreking, 102 personeelsleden die om diverse redenen niet tot het actief personeel behoren (ambtsopheffingen en -onthefingen, gedetacheerden, e.d.) en 29 personeelsleden met verlof voorafgaand aan pensioen op 31 december 2006. Indien deze groepen worden meegerekend bedroeg het aantal personeelsleden in 2006 3.017 (in 2005: 2.987).

<sup>56</sup> Er zijn ook loonkosten verbonden aan ambtsopheffingen (statutairen waarvan het ambt werd afgeschafte, worden verder uitbetaald - de eerste twee jaar 100%; daarna in calende lijn - tot ze een nieuwe functie krijgen of met pensioen kunnen gaan), waarvoor een provisie werd aangesteld. Deze loonkosten ambtsopheffingen bedroegen 1.805.944 euro. Dat is 99.056 euro minder ten opzichte van het gewijzigde krediet 2006 (1.905.000 euro). De beheersovereenkomst voorzorg voor 2006 2.529.000 euro.

<sup>57</sup> De huis van de telewerkkantoren werd ontruimd. De gemeenschappelijke antwoorden op Gent worden nog wel in bezet als satellietkantoren.

## Sociaal overleg

Een aantal belangrijke dossiers kwamen in het sociaal overleg aan bod:

- De nieuwe beheersovereenkomst 2007-2011 en het ondernemingsplan 2007 werden aan de vakverenigingen toegelicht.
- Het mobiliteitsplan over het woon-werkverkeer van de medewerkers werd goedgekeurd en ingediend bij de Federale Overheidsdienst Mobiliteit en Vervoer.
- Het project telewerk. (zie p. 61)
- De onderhandelingen over de EHBO-premie hebben geleid tot een premie aan alle veiligheidsmedewerkers.<sup>58</sup>
- Het SAC 2007 (zie p. 61).
- In 2006 is het overleg gestart over het nieuw reglement op de duur der prestaties.

## HR als business-partner

De HR-afdeling profileerde zich in 2006 als een belangrijke business-partner voor de organisatie. HR moet en wil actief zijn als strateeg, als veranderingsagent, als administratie en als aantrekkelijke



Infosessies voor VRT-medewerkers

werkgever. Om dat te realiseren wil de VRT een innovatieve en creatieve organisatie, een efficiënte organisatie, een lerende organisatie en een aantrekkelijke werkgever zijn.

## Competentiemanagement

De VRT bood zijn medewerkers verschillende ontwikkelingsmogelijkheden en opleidingen aan. Door een doorgedreven competentie-management trachtte de omroep de capaciteiten van de medewerkers nog beter te laten aansluiten bij de behoeften van de onderneming.

Het gebruik van de competenties in het functioneringsgesprek en de koppeling met de persoonlijke ontwikkeling werden in 2006 verder verfijnd. Waar in 2005 de gedragsgerichte competenties centraal stonden, werden in 2006 de vakinhoudelijke competenties meer benadrukt. De VRT streeft naar een evenwicht tussen beide. De omroep is van plan om voor alle functies de vakinhoudelijke competenties in kaart te brengen.

Om leidinggevenden en medewerkers op een efficiënte manier door het functioneringsgesprek te loodsen werd een online-instrument gecreëerd.

In de nieuwe beheersovereenkomst 2007-2011 stelt de VRT zich tot doel een talentendatabank op te zetten. In 2006 werd de projectscope ervan geformuleerd.

## Doorgroeien

Met het project *Doorgroeien* wordt het groeipotentieel van de medewerkers objectief in kaart gebracht. Het dient als aanzet tot loopbaanmanagement en het opstellen van ontwikkelingsplannen. Het project zal op termijn leiden tot vlottere interne personeelsbewegingen en een gefundeerde basis vormen voor een geschikt retentiebeleid<sup>59</sup> en een goede successieplanning<sup>60</sup>.

<sup>58</sup> Voordien konden enkel de statutaire medewerkers van de dienst bevestiging met een bepaalde graad van de EHBO-premie genieten.

<sup>59</sup> Het beleid (inclusief de processen, de middelen en de procedures) dat ervoor moet zorgen dat medewerkers met doorgroeimogelijkheden en talentvolle medewerkers de VRT niet verlaten.

<sup>60</sup> Het beleid (inclusief de processen en de middelen) dat ervoor moet zorgen om proactief te voorzien in de opvolging van medewerkers.





## Reorganisatie

De VRT heeft zich in 2006 voorbereid op zijn reorganisatie. De nieuwe VRT-structuur wordt in de eerste jaarthelft van 2007 uitgerold.

De VRT richtte ProPartners op. De afdeling wil de "preferentiële professionele partner van de programmamaker" zijn. ProPartners verenigt alle operationele medewerkers die betrokken zijn bij de realisatie van televisieprogramma's.

Een ander project in de aanloop van de reorganisatie van de VRT was het nieuwsproject (zie p. 118).

De opbouw van IPRO (Intern PROductiehuis) werd in 2006 verder voorbereid. De medewerkers die programmaconcepten bedenken, zullen samenwerken met diegenen die de programma's maken. IPRO zal kwaliteitsvolle producties leveren en aantrekkelijk zijn voor creatief talent. IPRO wordt ondersteund door een aantal kwaliteitsprojecten, zoals een efficiënt projectmanagement voor nieuwe programma's, de oprichting van een cel 'Innovatie en Ontwikkeling' en een kostenefficiëntietraject.

Het Aanbodcomité had in 2005 een dubbele opdracht meegekregen: de marktpositionering van het geheel van de VRT-merken bewaken en crossmediale projecten lanceren en opvolgen. Het comité was samengesteld uit vertegenwoordigers van radio, tv en nieuwe media en werd ad hoc aangevuld met experts. In 2006 bepaalde het Aanbodcomité de algemene aanbodstrategie en de samenwerkingsprincipes tussen de netten. Voor het traditionele en verrijkte aanbod legde het Aanbodcomité het kader vast. De uitwerking van het mediaspecifieke aanbod bleef bij de verschillende directies Radio, TV en Nieuwe Media. Met het ontstaan van de nieuwe organisatie (in 2007) wordt het Aanbodcomité opgeheven.

Het HR-comité diende in 2006 als klankbord bij de opbouw van de nieuwe HR-strategie, zoals die vertaald is in de nieuwe beheersovereenkomst 2007-2011. Het comité kwam regelmatig samen om belangrijke omroepbrede HR-projecten te bespreken. Op die manier konden de wensen en opmerkingen van het personeel beter begrepen worden. Bij de reorganisatie van de VRT worden de HR-afdelingen samengevoegd tot één HR-dienst.

## Introductiebeleid nieuwe medewerkers

De VRT is in 2006 gestart met een introductiebeleid voor zijn nieuwe medewerkers. Vanaf de eerste dag worden de nieuwe medewerkers beter begeleid en geïntroduceerd. Alle leidinggevenden werden geïnformeerd over hun begeleidingsopdracht tijdens de inlooperperiode van nieuwe medewerkers. De leidinggevenden kregen van de HR-afdeling de nodige aanbevelingen en hulpmiddelen om nieuwe medewerkers succesvol te helpen starten in hun nieuwe functie.

## Diversiteitsbeleid

In 2006 werd het diversiteitsbeleid intensief voort gezet. De VRT ontwikkelde positieve acties voor allochtonen en personen met een handicap die een functie binnen de media ambiëren (zie p. 118).

## Renovatie van het omroepgebouw (het TOM-project)

Het omroepgebouw aan de Reyerslaan vertoont slijtage, is energie-verspillend en belemmert crossmediale samenwerking.

Het TOM-project (de **T**otale **OM**bouw van het Omroepgebouw in Brussel) werd in 2006 voort gezet. De renovatie verloopt in vijf fasen zodat de omroepactiviteiten gewoon kunnen doorgaan. Er was in 2006 een lichte vertraging in de uitvoering van de werkzaamheden.

Nadat in 2005 het parkeergebouw werd uitgebreid, werd in 2006 de eerste bouwfase voltooid. 9.000 m<sup>2</sup> extra kantoren en productieruimtes werden gecreëerd. De nieuwe kantoren maken crossmediale samenwerking mogelijk en kunnen ook de komende jaren nieuwe media-evoluties opvangen.

ProPartners (de facilitaire bedrijfsafdeling voor het VRT-productiehuis) zal als eerste in de nieuwe werkomgeving zijn intrek nemen. De programmamakers kunnen op die manier op één plaats terecht voor alle aspecten van hun projecten.



In 2007 zal ook de vernieuwde multimediale nieuwsdienst verhuizen naar de nieuwe kantoren. Door de fusie van de nieuwsredacties en de introductie van nieuwe technologieën vernieuwen ook de werkprocessen. Die vereisen een aangepaste ruimte die verschilt van de klassieke tv-, radio- en onlineredacties.

Voor de volgende bouwfasen (het nog te renoveren gedeelte is goed voor 20.000 m<sup>2</sup>) werd een stedenbouwkundige vergunning aangevraagd in november 2006.

Ten slotte worden de buitengevels van het omroepgebouw aangepakt. De VRT hecht veel belang aan het karakteristieke ontwerp van de gevels. Met de RTBF werd, met respect voor de bestaande architectuur, een hedendaagse invulling overeengekomen.

## Aandacht voor het milieu

In het kader van TOM worden zware inspanningen geleverd in verband met de isolatie van de gevels.

In de gerenoveerde delen en in de uitgebreide kantoormuimte werd voor lichtsturing gekozen. De detectoren geven aan of iemand al dan niet aanwezig is. Indien niet, dan schakelt het systeem de lichtinstallatie uit. Ook wordt daglichtsturing mogelijk: een sensor meet hoeveel licht van buiten naar binnen komt. Afhankelijk daarvan wordt de verlichting aangepast.

In 2006 kreeg mobiliteit veel aandacht. Op een *mobilitatedag* verzorgden de NMBS, de MIVB, Pro Velo, Cambio, de mobiliteitscoördinator en de personeelsadministratie van de VRT infostands waar uitleg gegeven werd over de verschillende vervoersmogelijkheden naar de omroepgebouwen. Daarnaast werden fietskaarten van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest en bus- en metroplannen uitgedeeld, werd een mobiliteitsbrievensbus opgestart en werd de campagne *Fiets naar Kyoto* in de verf gezet. De VRT lanceerde voor zijn medewerkers ook de campagne *Try Pass*. Hiermee kregen automobilisten de kans om van de voordelen van het Brussels

openbaar vervoer te proeven. Met het project *VRT-dienstfietsen* stimuleerde de VRT zijn medewerkers om voor korte afstanden zich op een gezonde en milieuvriendelijke manier te verplaatsen.

## Fiets naar Kyoto

De campagne *Fiets naar Kyoto* werd georganiseerd door de Bond Beter Leefmilieu en wou fietsen naar het werk stimuleren. De startdag in mei 2006 werd gepromoot door de VRT. Dat gebeurde onder andere door een fietstocht van Mechelen naar Brussel met een aantal bekende VRT-gezichten. Zowel Studio Brussel (in *De grote Peter Van de Veire ochtendshow*) als Radio 1 (in *Voor de dag*) brachten live verslag uit van het gebeuren. Donna volgde een luisteraar en zijn sportieve collega's op de fiets naar het werk. Het net zorgde voor bevoorrading en professionele begeleiding. Radio 2 fietste zelf "naar Kyoto": enkele Radio 2-presentatoren en BV's fietsten om het belang van niet-gemotoriseerd vervoer voor het milieu te promoten. In *Ochtendpost* en *Kook* en via de Radio 2-website werd de fietstocht gevolgd.



en een eventuele constructie van publiek-privatesamenwerking. De VRT heeft los daarvan een eigen onderzoek uitgevoerd en verschillende scenario's bestudeerd. Daarbij vertrok hij van een aantal veronderstellingen over hoe de andere omroepen en de operatoren zich zullen opstellen bij een eventuele verzelfstandiging van het VRT-zenderpark. Een eventuele verzelfstandiging van het zenderpark heeft tot doel een goede regeling te vinden voor het gebruik van frequenties voor draadloze omroep en voor de infrastructuur en de operaties die daarmee samenhangen.

Het glasvezelnetwerk werd verder uitgebreid. Er kwam een aansluiting tot stand met de ambtswoning van de Vlaams Minister-President, de Gewestelijke Omroep Antwerpen, het Theatergebouw in Antwerpen en het zendstation in Schoten. In het kader van Media-ASP (zie p. 68) zijn er gigabitverbindingen aangelegd met Studio Manhattan in Leuven en Videohouse in Vilvoorde. Verder kwam er een aansluiting met het zendstation Veltem voor DVB-T, een redundante gigabitverbinding<sup>62</sup> van VRT met BELNET-Wetenschap en BLNET-Buyl, en een TNG-installatie<sup>63</sup> met verbindingen tussen de Telecommunicatietoren en de Financietoren (RAC), tot stand. Ten slotte leverde de VRT voortaan zijn tv- en radiosignalen aan TV-Vlaanderen in Vilvoorde.

## Continuïteit van het signaal

De technische diensten van Radio en Televisie voldeden in 2006 aan de doelstelling van beschikbaarheid van het signaal. De signalen werden ter beschikking gesteld aan de communicatietoren met een continuïteit van meer dan 99,5% (Radio 99,95%, tv 99,9%).

De transmissiediensten van de VRT konden in 2006 een continuïteit van meer dan 99,5% voor de radio- en tv-uitzendingen verzekeren<sup>64</sup>: FM-radio 99,98%, MW-radio 99,95%, DAB 99,75%, tv 99,97% en DVB-T 99,54%. Voor de gebruiker zelf waren er doorgaans geen problemen.

**De technische diensten van Radio en Televisie voldeden in 2006 aan de doelstelling van beschikbaarheid van het signaal.**

# 2. Technologie

## 2.1. Transmissie

### Zenderpark

In 2006 gebeurden er geen wijzigingen aan het zenderpark. In het kader van het Maduf-project (zie p. 69) werden in Gent drie DVB-H-zenders<sup>61</sup> opgericht. Ze zijn actief sinds december 2006.

De Participatie-Maatschappij Vlaanderen heeft, op verzoek van de Vlaamse overheid, een studie uitgevoerd over het zenderpark

<sup>61</sup> DVB-H: Digital Video Broadcasting-Handheld is de Europese DVB-omroepstandaard voor digitale televisie via kleine draagbare toestellen, zoals gsm's.

<sup>62</sup> Snelle (netwerk)verbinding.

<sup>63</sup> Terrestriële Nieuws-Garing: Een ENG-systeem dat toelaat video en audio naar een omroepstudio te stralen via mobiele of transporteerbare zenders via aardse ontvangers (gebaseerd op DVB-T-technologie).

<sup>64</sup> Uitgezonderd de elektriciteitsonderbrekingen voor de tv-netten.



De DAB-zender van Oostende moest wegens overmacht worden verplaatst. Daardoor was de DAB-ontvangst van de VRT-radionetten moeilijk in de kustregio.<sup>65</sup>

In 2006 waren er geen structurele problemen met de bereikbaarheid van de VRT-sites. De internetcapaciteit van de websites werd bovendien verhoogd zodat de toegang voor de internetgebruikers vlotter verliep. VRTnieuws.net is voor de internetgebruiker ongeveer 15 uur onbereikbaar geweest over het hele jaar 2006. Dat betekent dat de site voor 99,82% van de tijd zonder probleem raadpleegbaar was.

## Ontvangstproblemen

### Radio

In 2006 is er niets veranderd aan het FM-zenderpark. Er zijn geen extra frequenties beschikbaar gesteld. De problemen met de FM-ontvangst bleven daardoor bestaan. Die problemen situeren zich in een aantal Vlaamse regio's: het zuidoosten van Vlaams-Brabant voor Radio 2 Vlaams-Brabant, de Noorderkempen en de omgeving van Leuven voor Klara en het zuidwesten van West-Vlaanderen en het noordoosten van Limburg voor Donna. Deze problemen kunnen niet door de VRT zelf opgelost worden. De oplossing ligt in handen van de verschillende overheden.

Er zijn regelmatig storingen als gevolg van niet-vergunde radiozenders in de Franse Gemeenschap. Een aantal Franstalige radiozenders zendt uit met een te hoog vermogen. Daarnaast zijn er zenders die uitzenden op een illegale frequentie. De VRT dient systematisch een klacht in tegen deze zenders<sup>66</sup>.

Door de verplaatsing van een DAB-zender in Oostende was voor de kustregio de digitale radio-ontvangst via de ether drie maanden onderbroken. Voor DAB worden in Limburg drie nieuwe zendstations gebouwd. Ze worden in 2007 in gebruik genomen. Daardoor zullen de ontvangstproblemen in Noord-Limburg verholpen worden en zal de binnenhuisontvangst in heel Limburg beter zijn.

### TV

Het aanbod van de analoge aardse tv-zenders bleef in 2006 behouden. Dat zal zo blijven tot eind 2008. De Vlaamse overheid heeft in 2006 beslist dat de analoge signalen dan zullen worden uitgeschakeld.

DVB-T is overal in Vlaanderen te ontvangen met een degelijke antenne en een decoder. Er waren in juli 2006 problemen met DVB-T-uitzendingen wegens defect headend. Dit headend was gebouwd voor het project IO en dus niet volledig redundant. Het is inmiddels verouderd en wordt in 2007 vervangen. Belgacom heeft zijn geografische bereik verder uitgebreid. Daardoor kunnen meer gezinnen die digitale tv willen kijken, gebruik maken van de ADSL-technologie van deze operator.

## Frequentieplannen

### Een nieuw plan voor de FM-frequenties

Het dossier rond de FM-frequenties zit al verschillende jaren geblokkeerd. De ontvangst van de VRT-radionetten wordt op een aantal plaatsen in Vlaanderen grondig verstoord door de activiteiten van niet-vergunde Franstalige radio's. De Franse Gemeenschap voert ter zake een gedoogbeleid. In 2006 is de ontvangst trouwens nog verslechterd.

Op 7 februari 2006 had de Raad van State het Vlaamse frequentiebesluit (dat radiofrequenties aan de VRT ter beschikking stelt) gedeeltelijk geschorst na een klacht van de RTBF en de Franse Gemeenschap. Op 1 december 2006 heeft de Vlaamse regering beslist om een nieuw frequentieplan uit te vaardigen. Daardoor komt de rechtszekerheid van de VRT voor het gebruik van de FM-frequenties niet in het gedrang.

Op 17 december 2006 kwam er uiteindelijk toch een doorbraak in het dossier. In het Overlegcomité tussen de Gemeenschappen en de Federale overheid werd een akkoord bereikt over de etherpolitie. Uiterlijk vanaf 1 juni 2008 zal tegen de stoorzenders opgetreden worden.

<sup>65</sup> Indien deze onderbreking zou worden meegeteld, dan was de bedrijfszekerheid voor DAB-ontvangst in 2006 98,30%.

<sup>66</sup> Bij het BIPT (voor etherstoringen) bij het CSA (voor zenders van de Franse Gemeenschap) en bij het VRM (voor zenders van de Vlaamse Gemeenschap).

## Een nieuw frequentieplan voor de digitale ether

Op de Regional Radiocommunication Conference '06 werd een volledig nieuw frequentieplan opgemaakt voor digitale omroepen in Europa, Afrika en een deel van Azië.

Vlaanderen kreeg drie multiplexen voor digitale radio (twee voor heel Vlaanderen en een die regionaal opgesplitst kan worden), zeven multiplexen voor digitale tv (vijf voor heel Vlaanderen en twee die regionaal opgesplitst kunnen worden) en één multiplex die kan gebruikt worden voor digitale tv of voor vier multiplexen<sup>67</sup> voor digitale radio, toegewezen. Dit alles staat gelijk met meer dan 30 televisiekanalen en meer dan 25 radiokanalen. Ten slotte biedt het frequentieplan ook mogelijkheden voor het uitzenden van beeld, geluid en multimedia naar vaste en mobiele toestellen.

Voor de VRT garandeert dit nieuwe frequentieplan de voortzetting van de bestaande digitale uitzendingen via DAB en DVB-T. Het biedt ook voldoende ruimte voor nieuwe initiatieven.

De volledige ingebruikname van het nieuwe digitale frequentieplan is pas mogelijk na de uitschakeling van de analoge televisie via de ether. In Vlaanderen zal dat gebeuren eind 2008. Daarmee loopt Vlaanderen vooruit op de eis van de Europese Unie om vóór eind 2012 de analoge tv-ether uit te schakelen.

## 2.2. Technologie en Innovatie

### HDTV

De evolutie naar High Definition Television (HDTV) is ingezet. De VRT werkte in 2006 aan de voorbereidingen die nodig zijn om de komende jaren de stap te zetten naar HDTV-producties en -uitzendingen. De VRT zal in 2007 investeren in HD-productie. Verschillende programma's worden trouwens reeds, bij wijze van proef, in HD geproduceerd.

Tv-medewerkers konden in 2006 tijdens een aantal sessies op een toegankelijke wijze kennis maken met HDTV. Bij de operationele afdelingen van tv werd daarnaast een HD-dag gehouden waarin de operationele gevolgen van werken met HD werden uiteengezet en bediscussieerd. Tegelijk kwam ook de HD-beleving aan bod.

De VRT is een voortrekker in het ontwikkelen van innovatieve mediatoeepassingen in Vlaanderen. Dankzij technologische innovaties (zoals de digitalisering van het productieproces) kan de VRT steeds efficiënter zijn aanbod ontwikkelen. De VRT stelt alle resultaten van zijn innovatief onderzoek ter beschikking van de andere actoren in het Vlaamse medialandschap.

De nieuwe beheersovereenkomst 2007-2011 bevestigde dat de VRT een vooraanstaande rol te spelen heeft in Vlaanderen op het vlak van onderzoek en ontwikkeling van nieuwe media. Dat onderzoek gebeurt vaak in samenwerking met externe partners (zoals de partners van het Interdisciplinair Instituut voor Breedbandtechnologie – IBBT).

### Digitale Media-Fabriek

Geruime tijd al zijn bij de productie van de VRT-programma's de signalen zelf in digitale vorm, maar de programma's worden nog geregistreerd, gemonteerd, gearchiveerd e.d. op cassettes. Het DMF-programma

***Dankzij technologische innovaties kan de VRT steeds efficiënter zijn aanbod ontwikkelen.***



<sup>67</sup> Indien deze onderbreking zou worden meegeteld, dan was de bedrijfszekerheid voor DAB-ontvangst in 2006 98,30%.

(DMF = Digitale MediaFabriek) heeft betrekking op alle productieprocessen die zich afspelen voor een programma naar de zender of naar de provider gaat.

Het DMF-project werkte in 2006 aan de omzetting van het bestaande productiemodel naar een bestandsgebaseerde productieomgeving voor tv- en radioprogramma's. DMF moet een aantal doelstellingen realiseren: het opvangen van een omvangrijke hoeveelheid audio- en videobestanden, een ruime beschikbaarheid van de informatie, een betrouwbare en beveiligde manier van bewaring, en het gebruik van het materiaal door verschillende medewerkers tegelijk. Bij de bouw van DMF wordt er rekening mee gehouden dat de VRT zowel een omroep als een productiehuis en een facilitair bedrijf is. Tegelijk kan het materiaal afkomstig zijn van externe actoren (productiehuizen, facilitaire bedrijven, andere omroepen, ...).

Het DMF-programma omvat: (1) het opzetten van de technologische en informatica-systemen; (2) de bepaling, aankoop en installatie van infrastructuur en apparatuur; en (3) de invoering van nieuwe productie-methodes en (4) de ontwikkeling van de nieuwe productieomgeving.

DMF wordt in 2007 geïmplementeerd. Een zichtbaar gevolg van het DMF-programma wordt bijvoorbeeld de eengemaakte radio-, tv- en onlineproductie.

### Application Service Provider

Application Service Provider (ASP) wil DMF uitbreiden naar externe gebruikers en leveranciers die gebruik willen maken van het digitale platform. In 2006 werden de projectdoelstellingen gedetailleerd vastgelegd. De analyse van de productieprocessen dient als basis voor het uitschrijven van het volledige traject van bestandsgebaseerde productie. Er zullen ASP-proefprojecten opgezet worden. De ervaring die zo wordt opgedaan, zal ertoe bijdragen dat het Media-ASP-platform zal voldoen aan de hoogste technische en functionele vereisten.

*Het is mogelijk in de Vlaamse audiovisuele sector met één standaard inzake bestandsgebaseerde productie te werken.*

Een proefproject met Woestijnvis en Videohouse heeft uitgewezen dat het mogelijk is in de Vlaamse audiovisuele sector met één standaard inzake bestandsgebaseerde productie te werken. Op initiatief van de VRT gebruikt de Vlaamse audiovisuele sector trouwens één standaard voor archivering.

### P2P

Door het succes van de VRT-websites stegen de kosten van het breedbandverbruik voor de VRT sterk. Omdat de VRT deze kosten vooralsnog zelf betaalt, onderzocht de VRT alternatieve verspreidingsmogelijkheden. De bedoeling is om de kosten te drukken.

In mei en juni 2006 werd daarom getest bij luisteraars van Studio Brussel om op een andere maar kwaliteitsvolle manier (peer-to-peer = P2P<sup>68</sup>) via het internet te blijven luisteren. In totaal installeerden 17.000 personen de P2P-internetradiospeler en waren er gemiddeld 2.000 luisteraars per dag (25% van de StuBru-internetluisteraars).

### De e-pas

Met de e-pas kunnen internetgebruikers zich abonneren op elektronische nieuwsbrieven van de VRT-netten en deelnemen aan interactieve toepassingen op het internet. De procedure voor registratie werd in 2006 vereenvoudigd. Het is sinds 2006 ook mogelijk om meerkeuzevragen te beantwoorden, een toepassing die bij de actuaquiz op VRTnieuws.net en bij de sportquiz op Sporza.be wordt gebruikt.

### Content Management System

De afdeling Online van VRTnieuws.net nam in december 2006 een nieuw content-management-systeem (Polopoly) in gebruik. Het systeem werd geïmplementeerd voor de rubriek *andere talen* (flandersnews.be, flandreinfo.be en flanderninfo.be). Het systeem is stabiel en gebruiksvriendelijker dan de oude content-editor. Het zal bijdragen tot de optimale werking van een gedigitaliseerd productieproces. In 2007 zal het systeem worden uitgebreid naar VRT-Teletext en de Nederlandstalige rubrieken van VRTnieuws.net.

<sup>68</sup> Een peer-to-peernetwerk is een computernetwerk dat niet bestaat uit vaste werkstations en servers, maar wel een aantal aansluitingen die samen functioneren als server en werkstation voor de andere aansluitingen in het netwerk.



## Samenwerking met het IBBT

De VRT deed in 2006 innovatief onderzoek in samenwerking met het IBBT:

- Met het FIPA-project (File Based Integrated Production Architecture) definieerde de VRT samen met het IBBT<sup>69</sup> een compleet IP-genetwerkte opslagarchitectuur die voldoet aan de eisen van de Vlaamse mediapmarkt en die kostenefficiënt ingezet kan worden. Er werd ook een prototype van een drama-productiesysteem in een digitale omgeving ontwikkeld.
- Het IPEA-project (Innovative Platform on Electronic Archiving) richtte zich op alle technologische en gebruiksmatige aspecten van digitale archivering voor de audiovisuele media. De partners<sup>70</sup> bereikten een consensus over de noodzaak van een gecentraliseerd digitaal archief. Bij het project werd een standaard gebruikt voor de uitwisseling van metadata.
- Het Multimedia Content Distribution Platform (MCDP)<sup>71</sup> onderzocht hoe een distributiesysteem voor multimediale content opgebouwd kan worden.
- Maduf (MAximizing DVB-T-Usage in Flanders)<sup>72</sup> is een project rond de ontvangst van audiovisuele content op digitale mobiele toestellen. Het succes van de gsm inspireerde de omroepen en de providers tot de ontwikkeling van andere mediadiensten die ook via mobiele platformen verspreid kunnen worden, zoals sms, msm, gprs en 3G. Een belangrijke stap die nog gezet moet worden, is het aanbieden van televisie- en radiosignalen via digitale zaktoestellen.

*Maduf is een project rond de ontvangst van audiovisuele content op digitale mobiele toestellen.*

Het Maduf-project experimenteerde met een nieuwe omroepstandaard voor mobiele ontvangst (DVB-H). Proefuitzendingen voor mobiele televisie werden in december 2006 in Gent gestart. Met een zaktelefoon van de nieuwste generatie kon je er naar Canvas, Eén en Ketnet kijken en luisteren naar Nieuws+

## 3. Financiën

De VRT financiert zijn activiteiten door middel van een gemengde financiering: enerzijds overheidsfinanciering en anderzijds opbrengsten uit commerciële activiteiten. De VRT had in 2006 446 miljoen euro ter beschikking. Dat bedrag is samengesteld uit een overheidsdotatie (283 miljoen euro), middelen uit de advertentiemarkt (72 miljoen euro) en eigen opbrengsten (91 miljoen euro).

De overheidsdotatie is bedoeld om de VRT voldoende slagkracht te geven om zijn openbare opdracht op een kwaliteitsvolle manier in te vullen. De overheidsdotatie dient in eerste instantie om de publieke meerkosten van zijn aanbod te financieren. Tegelijk kan de VRT blijven investeren in innovatie en nieuwe programmering.

Behalve op zijn dotatie doet de VRT een beroep op drie andere bronnen van financiering binnen de beperkingen die opgelegd worden door de mediadecreten en de beheersovereenkomst: de advertentiemarkt, de exploitatie van het publiek aanbod en de exploitatie van afgeleiden van de merken, netten en programma's.

Line extensions is de bedrijfsafdeling binnen de VRT die de merchandising- en nevenactiviteiten van de omroep beheert en organiseert. Dit zijn de commerciële activiteiten die rechtstreeks verband houden met of afgeleid worden van de VRT-netten, hun programma's of programma-onderdelen en waarvan de ontwikkeling een toegevoegde waarde inhoudt voor de openbare omroepopdracht. In 2006 is een overkoepelende visie uitgewerkt en zijn concrete acties opgezet. Tegelijk is een werkingskader door de Raad van Bestuur goedgekeurd<sup>73</sup>. Op die manier worden de krijtlijnen voor de werving van commerciële inkomsten duidelijk vastgelegd.

*De krijtlijnen voor de werving van commerciële inkomsten werden duidelijk vastgelegd.*

Om aan de eisen van transparantie te voldoen opereert Line extensions als een afzonderlijke bedrijfseenheid met een volledig gescheiden analytische boekhouding.

<sup>69</sup> De deelnemende onderzoeksgroepen zijn: UA PANTS, UG IBCN en UG MMLab. Naast de VRT zijn de deelnemende onderzoekspartners: IBM, Porthus en Video Promotion.

<sup>70</sup> De onderzoeksgroepen zijn: KU Leuven COSIC, KU Leuven CUO, KU Leuven ICRI, UG MICT, UG MMLab, VUB ETRO en VUB SMIT. Naast de VRT zijn de deelnemende onderzoekspartners: VMMA en Videohouse.

<sup>71</sup> De onderzoeksgroepen zijn: KU Leuven CUO, KU Leuven ICRI, UG IBCN, UG MICT, UG MMLab, UH EDM, VUB ETRO en VUB SMIT. Naast de VRT zijn de deelnemende onderzoekspartners: Belgacom, Proximus, Siemens en Skytel.

<sup>72</sup> De onderzoeksgroepen zijn: IMEC DESICS, KU Leuven CUO, KU Leuven ICRO, UG IBCN, UG MICT, UG MM Lab, UG MICT, UG MMLab, UG WiCa, VUB ETRO en VUB SMIT. Naast de VRT zijn de deelnemende onderzoekspartners: Belgacom, Option, Scientific Atlanta, Siemens en Telenet.

<sup>73</sup> "Kader merchandising- en nevenactiviteiten" goedgekeurd op RVB van 5 februari 2007.



# Financiële performantie 2006

# 1. Jaarrekening 2006

## Jaarverslag 2006

### Evaluatie van 2006

De Openbare Omroep van de Vlaamse Gemeenschap behaalde in 2006 al de doelstellingen uit het Ondernemingsplan 2006 en de performantiemaatstaven uit de Beheersovereenkomst 2002-2006.

VRT-Televisie behield in 2006 zijn leidende rol. Ketnet rondde op 1 april zijn innovatieproject af. Voortaan zal het net opgedeeld worden in drie zones (K'tje van Ketnet, Ketnet en NT van Ketnet) naargelang de leeftijdsgroep. Eén was het grootste televisienet van Vlaanderen en speelde een fundamentele rol in de verspreiding van informatie (onder andere over de gemeente- en provincieraadsverkiezingen) onder een groot publiek. Daarnaast besteedde Eén, net zoals Canvas, veel aandacht aan cultuur en educatie. Canvas gaf tevens prioriteit aan de vernieuwing van zijn eigen producties.

VRT-Radio behield in 2006 zijn sterke positie in het medialandschap. Als gevolg van een nieuwe frequentieverdeling in 2004 konden de landelijke commerciële radio-omroepen hun positie versterken. Donna moest opnieuw marktaandeel inleveren, maar in het najaar stabiliseerde het net zijn marktpositie. De Vlaamse overheid en de VRT bevestigden met het afsluiten van de nieuwe beheersovereenkomst 2007-2011 dat Donna een belangrijke zender voor de VRT blijft, omdat het net er toe bijdraagt dat de VRT zijn doelstelling om een maximaal aantal Vlamingen te bereiken kan behalen. Alle radionetten werkten aan de versterking van hun aanbod.

De VRT leverde extra inspanningen om zijn aanbod op internet en mobiele platformen verder uit te breiden. De vernieuwing van de digitale radiospeler leidde tot meer en meer luisteraars die op een andere manier radio wensen te luisteren. Het podcastaanbod

nam stelselmatig en met succes toe. De toepassingen *Net Gemist* en *Het archief* werden door steeds meer digitale kijkers gebruikt.

In 2006 waren er steeds vaker crossmediale projecten (zoals *Media Morgen* en *Monumentenstrijd*). Ze waren stuk voor stuk succesvol.

Op 20 juli 2006 werd de nieuwe beheersovereenkomst 2007-2011 afgesloten tussen de Vlaamse overheid en de VRT. Dit document is tot stand gekomen na intensief overleg tussen beide partijen. Om de onderhandelingen te begeleiden ontwikkelde de VRT uitgaande van de *Visienota over de evolutie van de VRT naar een digitale omroep* (uit 2005) een uitgebreide *Beleidsnota*. De nieuwe beheersovereenkomst erkent de rol van de openbare omroep in het digitale medialandschap. De VRT kreeg met de nieuwe overeenkomst de opdracht om zijn Openbare Opdracht ook te realiseren op het internet en mobiele platformen. Een directie Nieuwe Media werd opgestart om ook op het vlak van internet en mobiele toepassingen gemakkelijker initiatieven te kunnen nemen.

De VRT bereidde zich ook organisatorisch voor op de evolutie naar een digitale omroep. Voorlopige overlegstructuren (het Aanbodcomité en het HR-comité) begeleidden de voorbereiding van de nieuwe organisatiestructuur. Die zal in het eerste halfjaar van 2007 uitgerold worden. De TV-directie herschikte zijn interne werking. De VRT zal met zijn nieuwe organisatie beter kunnen inspelen op de nieuwe marktomstandigheden en op de behoeften van de mediagebruikers.

De resultaten van 2006 en de initiatieven die de VRT en de Vlaamse overheid in 2006 samen namen, tonen aan dat de VRT het digitale tijdperk met vertrouwen tegemoet mag gaan.

## Financieel verslag

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene Vergadering voor de aangehechte jaarrekening van de Vlaamse Radio- en Televisie-omroep, naamloze vennootschap van publiek recht, goed te keuren.



Het boekjaar 2006 wordt afgesloten met een winst van 18.977.685 euro. Dit positief resultaat is te danken aan het in opbrengst nemen van een "uitgestelde dotatie" voor een bedrag van 42,1 miljoen euro en aan een terugneming van voorzieningen voor algemene risico's ten belope van 14,4 miljoen euro. Tot en met het boekjaar 2005 werd het gedeelte van de dotatie dat nodig is voor de financiering van de strategische voorraad ("uitgestelde dotatie") opgenomen onder de overlopende rekeningen van het passief. De VRT heeft in de Beheerovereenkomst 2007-2011 het engagement genomen om vanaf het boekjaar 2009 de geconsolideerde jaarrekening op te stellen conform de IFRS-referentiestelsel. In dit kader heeft de VRT beslist om de overheidsdotatie die voor een bepaald werkingsjaar toegekend wordt, in hetzelfde boekjaar als definitief verworven te beschouwen. Deze gewijzigde waarderingsregel heeft het resultaat 2006 gunstig beïnvloed voor een bedrag van 42,1 miljoen euro.

Bij de beoordeling van de financiële performantie van de BHO 2002-2006 wordt geen rekening gehouden met bovenvermelde boekhoudkundige operaties.

Rekening houdend met de in de beheersovereenkomst voorziene jaarlijkse kapitaal financiering ten belope van 24.789.000 euro realiseert de VRT in het werkingsjaar 2006 een negatief managementresultaat van 12.891.087 euro. Dit managementresultaat moet gekaderd worden binnen de afspraken gemaakt in de beheersovereenkomst 2002-2006. In deze beheersovereenkomst werd een financieel plan opgemaakt waarbij het gecumuleerd resultaat in de periode 2002-2006 op jaarbasis positief moest afsluiten en op het einde van de beheersovereenkomst een positief gecumuleerd resultaat moest realiseren van minimum 2.392.000 euro. De VRT heeft deze financiële performantiemaatstaf perfect nageleefd. In de afgelopen vijf jaar werd jaarlijks een gecumuleerd positief resultaat gehaald en per einde 2006 het cumulatief resultaat 3.370.372 euro, dit is nagenoeg 1 miljoen euro beter dan de afspraak.

In juni 2006 werd op een Buitengewone Algemene Vergadering het kapitaal verhoogd met 24.789.000 euro tot 204.663.042 euro

door storting in speciën. In een tweede Buitengewone Algemene Vergadering werd het overgedragen verlies van het boekjaar 2005 aangezuiverd door het kapitaal te verminderen met 30.680.087 euro tot 173.982.955 euro.

Naast het door de Algemene Vergadering goedgekeurd honorarium voor het mandaat van commissaris werden tijdens het afgelopen boekjaar kosten geboekt ten belope van 238.014 euro die betrekking hebben op bijkomende prestaties uitgevoerd door de commissaris en door personen met wie de commissaris beroepshalve in samenwerkingsverband staat. Het betreft werkzaamheden inzake ondersteuning van een project voor informatiebeveiliging, belastingadvies en een bijkomende certificatie over de analyse van de opbrengsten en de kosten. Deze nevendiensten werden voorgelegd aan het Auditcomité dat ze goedgekeurd heeft.

## Onderzoek en ontwikkeling

Het onderzoeks- en ontwikkelingsforum van de VRT is gericht op het organiseren, begeleiden, stimuleren, verspreiden en opvolgen van voor Vlaanderen nieuwe activiteiten op het vlak van de media. Deze activiteiten moeten het mogelijk maken dat de openbare omroep ten volle zijn rol van innovatieve motor in Vlaanderen kan spelen, waarbij de opgebouwde knowhow ook ten goede komt aan de andere actoren in het Vlaamse mediaveld.

In 2001 werd een overeenkomst tussen de VRT en de Vlaamse Gemeenschap gesloten waarin de onderlinge engagementen m.b.t. de innovatieve mediaprojecten nader beschreven worden. Voor het uitvoeren van deze innovatieve projecten werd in 2006 een financiële tegemoetkoming van de Vlaamse overheid geboekt van 11.530.433 euro.

Verder is de VRT betrokken bij vier projecten van het Interdisciplinair Instituut voor Breedband Technologie (IBBT). FIPA (File based Integrated Production Architecture) wil een op IP gebaseerde architectuur ontwikkelen voor gedeelde opslag- en

verwerkingscapaciteit. IPEA (Innovative Platform on Electronic Archiving) heeft tot doel gemeenschappelijke standaarden te ontwikkelen voor het uitwisselen en archiveren van audiovisuele data. In het MCDP-project (Multimedia Content Distribution Platform) wordt onderzocht hoe een verdelingssysteem kan opgebouwd worden dat open is naar verschillende soorten dienstenplatformen. In 2006 werd ten slotte het project MADUF (Maximizing DVB-t Usage in Flanders) opgestart, met als doel de mogelijkheden voor mobiele televisie via DVB-h te onderzoeken.

## Financiële instrumenten

Gezien het belang van de aankopen in vreemde deviezen (USD 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 hedging-contracten op 31 december 2006 bedraagt 4,0 miljoen euro.

## Risico's

De VRT heeft met de Vlaamse Gemeenschap een nieuwe beheers-overeenkomst afgesloten voor de uitvoering van de openbare omroepopdracht in de periode 2007-2011. De nieuwe beheers-overeenkomst erkent de maatschappelijke meerwaarde van de VRT. De publieke omroep zal ook in een digitale omgeving een meerwaarde bieden aan de Vlaamse samenleving op cultureel, maatschappelijk, democratisch, sociaal en economisch gebied. De VRT krijgt de opdracht om zijn aanbod op de generalistische zenders te versterken, een internet en mobiel aanbod uit te bouwen en lineaire en niet-lineaire VIA-diensten te ontwikkelen. Om in deze opdracht te slagen zal de VRT een progressieve efficiency-verbetering moeten realiseren en de huidige kostenstructuur reduceren.

De uitvoering van de openbare omroepopdracht wordt geregeld via een systeem van gemengde financiering. De verhouding overheidsdotatie/eigen opbrengsten zal moeten evolueren van 68%/32% in 2007 naar 62%/38% in 2011, dit binnen de krijtlijnen van een door de Raad van Bestuur vastgelegd kader voor de merchandising en nevenactiviteiten.

## Gebeurtenissen na het einde van het boekjaar

Na het einde van het boekjaar hebben zich geen gebeurtenissen voorgedaan die een belangrijke invloed zouden kunnen hebben op de jaarrekening zoals die thans is opgesteld.

## Resultaatverwerking

Het boekjaar 2006 wordt afgesloten met een winst van 18.977.685 euro.

De Raad van Bestuur stelt aan de Algemene vergadering voor het resultaat te verwerken door toewijzing van 948.884 euro aan de wettelijke reserve en toewijzing van 18.028.801 euro aan de beschikbare reserve.

Brussel, 12 maart 2007



GUY PEETERS  
Voorzitter Raad van Bestuur



SONAR CONSULT bvba,  
Vertegenwoordigd door  
Piet Van Roe, zaakvoerder  
Gedelegeerd bestuurder VRT,

## Jaarrekening 2006 in 1.000 euro

### Balans

#### ACTIVA

	Boekjaar	Vorig boekjaar
<b>VASTE ACTIVA</b>	<b>137.927</b>	<b>122.738</b>
II. Immateriële vaste activa (toel. II)	2.045	1.551
III. Materiële vaste activa (toel. III)	117.407	101.566
A. Terreinen en gebouwen	45.733	47.564
B. Installaties, machines en uitrusting	40.706	40.307
C. Meubilair en rollend materieel	7.507	8.691
E. Overige materiële vaste activa	18	4
F. Activa in aanbouw en vooruitbetalingen	23.443	5.000
IV. Financiële vaste activa (toel. IV en V)	18.475	19.621
A. Verbonden ondernemingen		
1. Deelnemingen	18.396	13.567
2. Vorderingen		5.975
C. Andere financiële vaste activa		
1. Aandelen	79	79
<b>VLOTTENDE ACTIVA</b>	<b>213.016</b>	<b>241.876</b>
VI. Voorraden en bestellingen in uitvoering	90.157	86.773
A. Voorraden		
1. Grond- en hulpstoffen	42.771	48.534
2. Goederen in bewerking	38.923	28.407
3. Gereed product	5.567	5.722
4. Handelsgoederen	28	28
6. Vooruitbetalingen	2.868	4.082
VII. Vorderingen op ten hoogste één jaar	90.986	80.953
A. Handelsvorderingen	44.762	51.189
B. Overige vorderingen	46.224	29.764
IX. Liquide middelen	27.509	52.657
X. Overlopende rekeningen (toel. VII)	4.364	21.493
<b>TOTAAL DER ACTIVA</b>	<b>350.943</b>	<b>364.614</b>



**PASSIVA**

	Boekjaar	Vorig boekjaar
<b>EIGEN VERMOGEN</b>	<b>194.222</b>	<b>150.066</b>
I. Kapitaal (toel. VIII)	173.983	179.874
A. Geplaatst kapitaal	173.983	179.874
IV. Reserves	19.475	497
A. Wettelijke reserve	949	
D. Beschikbare reserves	18.526	497
V. Overgedragen verlies		(30.680)
VI. Kapitaalsubsidies	764	375
<b>VOORZIENINGEN EN UITGESTELDE BELASTINGEN</b>	<b>8.742</b>	<b>26.750</b>
VII. A. Voorzieningen voor risico's en kosten	8.742	26.750
1. Pensioenen en soortgelijke verplichtingen	3.480	7.027
4. Overige risico's en kosten (toel. IX)	5.262	19.723
<b>SCHULDEN</b>	<b>147.979</b>	<b>187.798</b>
VIII. Schulden op meer dan één jaar (toel. X)	202	363
A. Financiële schulden		
4. Kredietinstellingen	202	363
IX. Schulden op ten hoogste één jaar (toel. X)	145.038	144.496
A. Schulden op meer dan één jaar die binnen het jaar vervallen	161	227
C. Handelsschulden		
1. Leveranciers	96.304	99.653
E. Schulden met betrekking tot belastingen, bezoldigingen en sociale lasten		
1. Belastingen	19.803	17.606
2. Bezoldigingen en sociale lasten	28.608	26.853
F. Overige schulden	162	157
X. Overlopende rekeningen (toel. XI)	2.739	42.939
<b>TOTAAL DER PASSIVA</b>	<b>350.943</b>	<b>364.614</b>

## Resultatenrekening

	Boekjaar	Vorig boekjaar
<b>I. Bedrijfsopbrengsten</b>	<b>469.055</b>	<b>405.666</b>
A. Omzet (toel. XII, A)	435.225	378.784
B. Wijziging in de voorraad goederen in bewerking en gereed product en in de bestellingen in uitvoering (toename +, afname -)	10.367	10.602
D. Andere bedrijfsopbrengsten (toel. XII, B)	23.463	16.280
<b>II. Bedrijfskosten</b>	<b>453.812</b>	<b>441.405</b>
A. Handelsgoederen, grond- en hulpstoffen	31.360	32.212
1. Inkopen	25.450	52.820
2. Wijziging in de voorraad (toename -, afname +)	5.910	(20.608)
B. Diensten en diverse goederen	239.327	221.348
C. Bezoldigingen, sociale lasten en pensioenen (toel. XII, C2)	177.980	169.072
D. Afschrijvingen en waardeverminderingen op oprichtingskosten, op immateriële en materiële vaste activa	19.378	18.884
E. Waardeverminderingen op voorraden, bestellingen in uitvoering en handelsvorderingen (toevoegingen +, terugnemingen -) (toel. XII, D)	231	(133)
F. Voorzieningen voor risico's en kosten (toevoegingen +, bestedingen en terugnemingen -) (toel. XII, C3 en E)	(18.008)	(1.974)
G. Andere bedrijfskosten (toel. XII, F)	3.544	1.996
<b>III. Bedrijfswinst</b>	<b>15.243</b>	
<b>Bedrijfsverlies</b>		<b>(35.739)</b>
<b>IV. Financiële opbrengsten</b>	<b>4.517</b>	<b>5.101</b>
A. Opbrengsten uit financiële vaste activa	3.690	4.250
B. Opbrengsten uit vlottende activa	278	240
C. Andere financiële opbrengsten (toel. XIII, A)	549	611
<b>V. Financiële kosten</b>	<b>111</b>	<b>42</b>
A. Kosten van schulden (toel. XIII, B en C)	27	42
B. Waardeverminderingen op andere vlottende activa dan bedoeld onder II. E (toevoegingen +, terugnemingen -) (toel. XIII, D)	(55)	
C. Andere financiële kosten (toel. XIII, E)	139	
<b>VI. Winst uit de gewone bedrijfsuitoefening, vóór belasting</b>	<b>19.649</b>	
<b>Verlies uit de gewone bedrijfsuitoefening, vóór belasting</b>		<b>(30.680)</b>

	Boekjaar	Vorig boekjaar
VII. Uitzonderlijke opbrengsten		
VIII. Uitzonderlijke kosten	(671)	
B. Waardeverminderingen op financiële vaste activa	671	
IX. Winst van het boekjaar vóór belasting	18.978	
Verlies van het boekjaar vóór belasting		(30.680)
X. Belastingen op het resultaat		
XI. Winst van het boekjaar	18.978	
Verlies van het boekjaar		(30.680)
XIII. Te bestemmen winst van het boekjaar	18.978	
Te verwerken verlies van het boekjaar		(30.680)
<b>RESULTAATVERWERKING</b>		
A. Te bestemmen winstsaldo		
Te verwerken verliessaldo	(11.702)	(59.712)
1. Te bestemmen winst van het boekjaar	18.978	
Te verwerken verlies van het boekjaar		(30.680)
2. Overgedragen winst van het vorige boekjaar		
Overgedragen verlies van het vorige boekjaar	(30.680)	(29.032)
B. Ontrekking aan het eigen vermogen	30.680	29.032
1. aan het kapitaal en aan de uitgiftepremies	30.680	29.032
C. Toevoeging aan het eigen vermogen	(18.978)	
2. aan de wettelijke reserve	949	
3. aan de overige reserves	18.029	
D. Over te dragen resultaat		
2. Over te dragen verlies	0	30.680



## Toelichting

### II. Staat van de immateriele vaste activa

		Concessies, octrooien, licenties, enz.
<b>A) AANSCHAFFINGSWAARDE</b>		
Per einde van het vorige boekjaar		10.911
Mutaties tijdens het boekjaar:		
• Aanschaffingen, met inbegrip van de geproduceerde vaste activa		1.560
• Overboekingen van een post naar een andere		5
<b>Per einde van het boekjaar</b>		<b>12.476</b>
<b>C) AFSCHRIJVINGEN EN WAARDEVERMINDERINGEN</b>		
Per einde van het vorige boekjaar		9.361
Mutaties tijdens het boekjaar:		
• Geboekt		1.070
<b>Per einde van het boekjaar</b>		<b>10.431</b>
<b>D) NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR</b>		<b>2.045</b>

### III. Staat van de materiele vaste activa

	Terreinen en gebouwen	Installaties, machines en uitrusting	Meubilair en rollend materieel	Overige materiële vaste activa	Activa in aanbouw en vooruit-betalingen
<b>A) AANSCHAFFINGSWAARDE</b>					
Per einde van het vorige boekjaar	122.226	172.646	51.291	2.040	5.000
Mutaties tijdens het boekjaar:					
• Aanschaff. Incl. de geprod. vaste activa	3.007	9.919	3.559	18	18.680
• Overdrachten en buitengebruikstellingen	(4.291)	(5.344)	(883)	(1.419)	
• Overboekingen van een post naar een andere		214	17		(237)
<b>Per einde van het boekjaar</b>	<b>120.942</b>	<b>177.435</b>	<b>53.984</b>	<b>639</b>	<b>23.443</b>
<b>C) AFSCHRIJVINGEN EN WAARDEVERMINDERINGEN</b>					
Per einde van het vorige boekjaar	74.662	132.339	42.600	2.035	
Mutaties tijdens het boekjaar:					
• Geboekt	3.875	9.679	4.753		
• Afgeboekt na overdr. en buitengebruikstell.	(3.328)	(5.289)	(876)	(1.414)	
• Overgeboekt van een post naar een andere					
<b>Per einde van het boekjaar</b>	<b>75.209</b>	<b>136.729</b>	<b>46.477</b>	<b>621</b>	
<b>D) NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR</b>	<b>45.733</b>	<b>40.706</b>	<b>7.507</b>	<b>18</b>	<b>23.443</b>

#### IV. Staat van de financiële vaste activa

	Verbonden ondernemingen	Andere ondernemingen
<b>1. DEELNEMINGEN EN AANDELEN</b>		
a) AANSCHAFFINGSWAARDE		
Per einde van het vorige boekjaar	18.067	79
Mutaties tijdens het boekjaar:		
• Aanschaffingen	4.000	
<b>Per einde van het boekjaar</b>	<b>22.067</b>	<b>79</b>
c) WAARDEVERMINDERINGEN		
Mutaties tijdens het boekjaar:		
• Geboekt	671	
<b>Per einde van het boekjaar</b>	<b>671</b>	
d) NIET-OPGEVRAAGDE BEDRAGEN		
Per einde van het vorige boekjaar	3.000	
Mutaties tijdens het boekjaar:		
Per einde van het boekjaar	3.000	
<b>NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR</b>	<b>18.396</b>	<b>79</b>
<b>2. VORDERINGEN</b>		
<b>NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET VORIGE BOEKJAAR</b>	<b>5.975</b>	
Mutaties tijdens het boekjaar:		
• Terugbetalingen	(5.975)	
<b>NETTOBOEKWAARDE PER EINDE VAN HET BOEKJAAR</b>	<b>0</b>	

## V. A. deelnemingen en maatschappelijke rechten in andere ondernemingen

Hieronder worden de ondernemingen vermeld waarin de onderneming een deelneming bezit, alsmede de andere ondernemingen waarin de onderneming maatschappelijke rechten bezit 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	Maatschappelijke rechten gehouden door		Gegevens geput uit de laatst beschikbare jaarrekening				
	De onderneming (rechtstreeks)		Dochters	Jaarrekening per	Munt-code	Eigen vermogen (+ ) of ( - ) (in duizenden munteenheden)	Nettoresultaat
	Aantal	%					
Vlaamse Audiovisuele Regie NV Tollaen 107 b3 1932 Sint-Stevens-Woluwe, BELGIE 0441.331.984 gewone aandelen categorie B	9.000	90,00		31-12-2005	EUR	2.617	3.650
VRT Lease NV Auguste Reyerslaan 52 1030 Brussel 3, BELGIE 0864.503.392 zonder nominale waarde	10.000	100,00		31-12-2005	EUR	1.250	-108

## VII. Overlopende rekeningen

	Boekjaar
Uitsplitsing van de post 490/1 van de activa indien daaronder een belangrijk bedrag voorkomt.	
Voorafbetaalde kosten	3.921
Overige	443

## VIII. Staat van het kapitaal

	Bedragen	Aantal aandelen
<b>A. MAATSCHAPPELIJK KAPITAAL</b>		
<b>1. Geplaatst kapitaal</b>		
• Per einde van het vorige boekjaar	179.874	
• Wijzigingen tijdens het boekjaar:		
Kapitaalverhoging in geld (28/06/06)	24.789	
Kapitaalvermindering door aanzuivering van geleden verliezen (28/06/06)	(30.680)	
Per einde van het boekjaar	173.983	
<b>2. Samenstelling van het kapitaal</b>		
2.1. Soorten aandelen		
• Aandelen zonder nominale waarde	173.983	100.000

## IX. Voorzieningen voor overige risico's en kosten

	Boekjaar
Uitsplitsing van de post 163/5 van de passiva indien daaronder een belangrijk bedrag voorkomt.	
Voorzieningen voor algemene risico's en kosten	4.786
Andere voorzieningen	476

## X. Staat van schulden

	Hoogstens één jaar	Meer dan één jaar doch hoogstens vijf jaar	Meer dan vijf jaar
A) UITSPLITSING VAN DE SCHULDEN MET EEN OORSPRONKELIJKE LOOPTIJD VAN MEER DAN EEN JAAR, NAAR GELANG HUN RESTERENDE LOOPTIJD			
Financiële schulden			
4. Kredietinstellingen	161	202	
TOTAAL	161	202	

	Belgische overheidsinstellingen
B) GEWAARBORGDE SCHULDEN	
Financiële schulden	
4. Kredietinstellingen	363
TOTAAL	363

	Boekjaar
C) SCHULDEN M.B.T. BELASTINGEN, BEZOLDIGINGEN EN SOCIALE LASTEN	
1. Belastingen	
b) Niet-vervallen belastingschulden	13.575
c) Geraamde belastingschulden	6.228
2. Bezoldigingen en sociale lasten	
b) Andere schulden m.b.t. bezoldigingen en sociale lasten	28.608

## XI. Overlopende rekeningen

	Boekjaar
Uitsplitsing van de post 492/3 van de passiva indien daaronder een belangrijk bedrag voorkomt.	
Reeds gefactureerde opbrengsten	2.473
Andere over te dragen diverse	266



## XII. Bedrijfsresultaten

	Boekjaar	Vorig boekjaar
<b>C1. WERKNEMERS INGESCHREVEN IN HET PERSONEELSREGISTER</b>		
a) Totaal aantal op de afsluitingsdatum	3.017	2.987
b) Gemiddeld personeelsbestand berekend in voltijdse equivalenten	2.864,7	2.819,2
c) Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	5.297.444	5.218.073
<b>C2. PERSONEELSKOSTEN</b>		
a) Bezoldigingen en rechtstreekse sociale voordelen	132.145	126.061
b) Werkgeversbijdragen voor sociale verzekeringen	41.778	39.869
c) Werkgeverspremies voor bovenwettelijke verzekeringen	453	130
d) Andere personeelskosten	3.523	2.932
e) Pensioenen	81	80
<b>D. WAARDEVERMINDERINGEN</b>		
1. Op voorraden en bestellingen in uitvoering		
Geboekt	199	420
• Teruggenomen	(345)	(605)
2. Op handelsvorderingen		
• Geboekt	377	52
<b>E. VOORZIENINGEN VOOR RISICO'S EN KOSTEN</b>		
Toevoegingen	1.015	4.073
Bestedingen en terugnemingen	(19.023)	(6.047)
<b>F. ANDERE BEDRIJFSKOSTEN</b>		
Belastingen en taksen op de bedrijfsuitoefening	2.514	1.956
Andere	1.030	40
<b>G. UITZENDKRACHTEN EN TER BESCHIKKING VAN DE ONDERNEMING GESTELDE PERSONEN</b>		
1. Totaal aantal op de afsluitingsdatum	78	85
2. Gemiddeld aantal berekend in voltijdse equivalenten	89,5	118,9
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	176.950	234.971
Kosten voor de onderneming	4.743	6.069

### XIII. Financiële resultaten

	Boekjaar	Vorig boekjaar
<b>A. ANDERE FINANCIËLE OPBRENGSTEN</b>		
Door de overheid toegekende subsidies, aangerekend op het resultaat:		
• Kapitaalsubsidies	145	71
Uitsplitsing van de overige financiële opbrengsten, indien het belangrijke bedragen betreft.		
Opbrengsten CFO Vlaamse Gemeenschap	282	382
Andere financiële opbrengsten	122	158
<b>D. WAARDEVERMINDERINGEN OP VLOTTENDE ACTIVA</b>		
• Geboekt		
• Teruggenomen	(55)	

### XV. Belastingen op het resultaat

	Boekjaar	
<b>B. BELANGRIJKE OORZAKEN VAN DE VERSCHILLEN TUSSEN DE WINST VÓÓR BELASTINGEN, zoals die blijkt uit de jaarrekening, EN DE GERAAMDE BELASTBARE WINST,</b>		
met bijzondere vermelding van die welke voortvloeien uit het tijdsverschil tussen de vaststelling van de boekwinst en de fiscale winst (in de mate waarin het resultaat van het boekjaar op belangrijke wijze werd beïnvloed op het stuk van de belastingen)		
• Winst voor belastingen	18.978	
• Belaste provisie	(14.651)	
• Verworpen uitgaven	1.812	
• DBI-aftrek	(3.505)	
• Notionele interestaftrek	(2.633)	
<b>D. BRONNEN VAN BELASTINGLATENTIES</b>		
1. Actieve latenties	146.397	
• Gecumuleerde fiscale verliezen die aftrekbaar zijn van latere belastbare winsten	146.397	

### XVI. Belasting op de toegevoegde waarde en belastingen ten laste van derden

	Boekjaar	Vorig boekjaar
<b>A. De belasting op de toegevoegde waarde in rekening gebracht:</b>		
1. aan de onderneming (aftrekbaar)	41.738	33.683
2. door de onderneming	38.730	32.106
<b>B. De ingehouden bedragen ten laste van derden bij wijze van:</b>		
1. bedrijfsvoorheffing	39.663	37.773

## XVII. Niet in de balans opgenomen rechten en verplichtingen

	Boekjaar
Belangrijke verplichtingen tot aankoop van vaste activa	
• Bestellingen voor investeringsgoederen	14.621
• Put-optie toegekend aan de mede-aandeelhouder op de resterende aandelen van de NV VAR	0
Termijnverrichtingen	
• Gekochte (te ontvangen) deviezen	4.556
Belangrijke hangende geschillen & andere belangrijke verplichtingen	
• Andere diensten	40.111
• zie toelichting XXVIII	
Pensioenen die door de onderneming zelf worden gedragen	
• Zie toelichting XXV	

## XVIII. Betrekkingen met verbonden ondernemingen

### 1. Verbonden ondernemingen

	Boekjaar	Vorig boekjaar
<b>1. FINANCIËLE VASTE ACTIVA</b>	<b>18.396</b>	<b>19.542</b>
Deelnemingen	18.396	13.567
Vorderingen: andere		5.975
<b>2. VORDERINGEN</b>	<b>16.662</b>	<b>16.330</b>
Op hoogstens één jaar	16.662	16.330
<b>4. SCHULDEN</b>	<b>3.433</b>	<b>577</b>
Op hoogstens één jaar	3.433	577
<b>7. FINANCIËLE RESULTATEN</b>		
Opbrengsten uit financiële vaste activa	3.690	4.250
Andere financiële opbrengsten	105	115

## XIX. Sociale balans

### 1. Staat van de tewerkgestelde personen

A. Werknemers ingeschreven in het personeelsregister				
1. Tijdens het boekjaar en het vorig boekjaar	1. Voltijds (boekjaar)	2. Deeltijds (boekjaar)	3. Totaal (T) of totaal in voltijdse equivalenten (VTE) (boekjaar)	4. Totaal (T) of totaal in voltijdse equivalenten (VTE) (vorig boekjaar)
Gemiddeld aantal werknemers	2.545,8	478,6	2864,7 (VTE)	2.819,2 (VTE)
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	4.709.792	587.652	5.297.444 (T)	5.218.073 (T)
Personeelskosten	158.164	19.735	177.899 (T)	169.072 (T)
2. Op de afsluitingsdatum van het boekjaar	1. Voltijds	2. Deeltijds	3. Totaal in voltijdse equivalenten	
a. Aantal werknemers ingeschreven in het personeelsregister	2.530	487	2.858,0	
b. Volgens de aard van de arbeidsovereenkomst				
Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	2.395	467	2.710,9	
Overeenkomst voor een bepaalde tijd	84	7	88,3	
Vervangingsovereenkomst	51	13	58,8	
c. Volgens het geslacht				
Mannen	1.699	191	1.831,1	
Vrouwen	831	296	1.026,9	
d. Volgens de beroepscategorie				
Directiepersoneel	21		21,0	
Bedienden	2.447	478	2.769,9	
Arbeiders	62	9	67,1	
B. Uitzendkrachten en ter beschikking van de onderneming gestelde personen				
Tijdens het boekjaar	1. Uitzendkrachten	2. Ter beschikking van de onderneming gestelde personen		
Gemiddeld aantal tewerkgestelde personen	89,5			
Aantal daadwerkelijk gepresteerde uren	176.950			
Kosten voor de onderneming	4.743			



## 2. Tabel van het personeelsverloop tijdens het boekjaar

A. INGETREDEN	1. Voltijds	2. Deeltijds	3. Totaal in voltijdse equivalenten
a. Aantal werknemers die tijdens het boekjaar in het personeelsregister werden ingeschreven	180	8	184,9
b. Volgens de aard van de arbeidsovereenkomst			
• Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	87	2	88,4
• Overeenkomst voor een bepaalde tijd	68	5	71,0
• Vervangingsovereenkomst	25	1	25,5
c. Volgens het geslacht van het studieniveau			
Mannen:			
• lager onderwijs			
• secundair onderwijs	34		34,0
• hoger niet-universitair onderwijs	6		6,0
• universitair onderwijs	65	3	66,8
Vrouwen:			
• lager onderwijs			
• secundair onderwijs	21	2	22,3
• hoger niet-universitair onderwijs	9	1	9,5
• universitair onderwijs	45	2	46,3
B. UITGETREDEN	1. Voltijds	2. Deeltijds	3. Totaal in voltijdse equivalenten
a. Aantal werknemers met een in het personeelsregister opgetekende datum waarop hun overeenkomst tijdens het boekjaar een einde nam	136	22	149,1
b. Volgens de aard van de arbeidsovereenkomst			
• Overeenkomst voor een onbepaalde tijd	100	14	108,5
• Overeenkomst voor een bepaalde tijd	28	5	30,6
• Vervangingsovereenkomst	8	3	10,0
c. Volgens het geslacht en het studieniveau			
Mannen:			
• lager onderwijs			
• secundair onderwijs	8	1	8,8
• hoger niet-universitair onderwijs	7	3	8,7
• universitair onderwijs	67	7	70,9

Vrouwen:

• lager onderwijs			
• secundair onderwijs	7	3	8,8
• hoger niet-universitair onderwijs	14	4	16,7
• universitair onderwijs	33	4	35,2

d. Volgens de reden van beëindiging van de overeenkomst

• Pensioen	58	5	61,1
• Brugpensioen			
• Afdanking	9	1	9,5
• Andere reden	69	16	78,5

### 3. Staat over het gebruik van de maatregelen ten gunste van de werkgelegenheid tijdens het boekjaar

MAATREGELEN TEN GUNSTE VAN DE WERKGELEGENHEID	Aantal betrokken werknemers		
	1. Aantal	2. In voltijdse equivalenten	3. Bedrag van het financiële voordeel
1. Maatregelen met financieel voordeel <sup>(1)</sup>			
1.3. Volledige loopbaanonderbreking	47	47,0	2.506
1.4. Vermindering van de arbeidsprestaties (deeltijdse loopbaan-onderbreking)	320	212,4	6.087
<b>AANTAL WERKNEMERS BETROKKEN BIJ ÉÉN OF MEERDERE MAATREGELEN TEN GUNSTE VAN DE WERKGELEGENHEID</b>			
Totaal voor het boekjaar	367	259,4	
Totaal voor het vorig boekjaar	186	117,1	

(1) Financieel voordeel voor de werkgever met betrekking tot de titularis of diens plaatsvervanger

### 4. Inlichtingen over de opleidingen voor de werknemers tijdens het boekjaar

	Mannen	Vrouwen
<b>Totaal van de opleidingsinitiatieven ten laste van de werkgever</b>		
1. Aantal betrokken werknemers	1.364	782
2. Aantal gevolgde opleidingsuren	31.348	16.163
3. Kosten voor de onderneming	602	311

## XX. Samenvatting van de belangrijkste waarderingsregels

1) Immateriële vaste activa: computersoftware wordt geactiveerd vanaf 2.500 euro per eenheid. De afschrijvingen (pro rata temporis) gebeuren over een periode van 3 jaar. Softwareontwikkelingen in het kader van het innovatieplatform "e-vrt" worden onmiddellijk in resultaat genomen.

2) Materiële vaste activa : volgende lineaire afschrijvingspercentages (pro rata temporis) worden toegepast:

• gebouwen en zendmasten:	3,03 %
• vaste inrichtingen gebouwen:	5%
• zenders en straalverbindingen:	10 %
• tijdelijke en mobiele straalverbindingen:	12,5%
• radio en tv -productie-infrastructuur:	12,5%
• consumerapparatuur radio en televisie:	12,5%
• productiegebonden inform. App. 8jr:	12,5%
• productiegebonden inform. App 5jr:	20%
• meubilair en telecomapparatuur:	10%
• informaticamaterieel en software:	33,33%
• rollend materiaal:	20%
• allerhande materiaal:	20%
• kunstwerken:	0%

Gelet op de vernieuwingswerken in het kader van Totale Ombouw Omroepcentrum (TOM-project) werd een waardevermindering toegepast op het materieel dat vroeger buitengebruik zal gesteld worden dan de normale economische levensduur. Hiervoor werden in het boekjaar 2006 uitzonderlijke afschrijvingen geboekt ten belope van 600,- euro.

3) Financiële vaste activa: de activa worden gewaardeerd aan aanschaffingsprijs. Er worden waardeverminderingen geboekt indien deze duurzaam worden geacht.

4) Voorraden (in 1.000 euro)

Grond- en hulpstoffen: omvatten voornamelijk de rechten op films, televisiefilms en sportevenementen (die niet in opdracht van de Omroep geproduceerd werden). Deze worden gewaar-

deerd 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 tenlasteneming 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 geproduceerd werden, worden opgenomen onder 'goederen in bewerking' en 'gereed product'.

De waardering gebeurt aan werkelijke kostprijs, met verrekening van de kost van de productie-overhead.

Voor de voorraad eigen producties en filmrechten waarvan onzekerheid bestaat over het feit of ze nog uitgezonden worden, worden de nodige waardeverminderingen geboekt.

Handelsgoederen omvatten merchandisinggoederen. Deze worden gewaardeerd aan aanschaffingswaarde volgens het FIFO-principe.

Tot en met het boekjaar 2005 werd het gedeelte van de dotatie dat nodig is voor de financiering van de strategische voorraad opgenomen onder de overlopende rekeningen van het passief. De VRT heeft in de Beheersovereenkomst 2007-2011 het engagement genomen om vanaf het boekjaar 2009 de geconsolideerde jaarrekening op te stellen conform het IFRS-referentiestelsel. In dit kader heeft de VRT beslist om de overheidsdotatie die voor een bepaald werkingsjaar toegekend wordt, in hetzelfde boekjaar als definitief verworven te beschouwen. Deze gewijzigde waarderingsregel heeft het resultaat van 2006 gunstig beïnvloed voor een bedrag van 42.100,- euro.

Vooruitbetalingen voorraadinkopen omvatten vooruitbetaalde uitzendrechten.

- 5) Vorderingen/liquide middelen/schulden : tegen de nominale waarde (in 1.000 euro)

Onder de rubriek 'Te innen Opbrengsten' (VII. Vorderingen op ten hoogste één jaar; Overige vorderingen) werd op 31 december 2006 een bedrag van 26.255,- euro aan toe te rekenen overheidstussenkomst met betrekking tot het budgetjaar 2007 ingeboekt (24.250,- euro op 31 december 2005). Dit bedrag stemt overeen met de ten laste van het boekjaar 2006 ingeboekte personeelskost die niet vervat zit in de decretaal vastgelegde overheidstussenkomst voor het budgetjaar 2006. Omwille van het matchings- en continuïteitsprincipe wordt een identiek bedrag ingeboekt als een toe te rekenen opbrengst onder de rubriek 'te innen opbrengsten' voor de overheidstussenkomst met betrekking tot het budgetjaar 2007. Een dergelijke voorstelling beantwoordt het best aan de economische realiteit.

Indien er onzekerheid bestaat betreffende de inbaarheid van vorderingen worden de nodige waardeverminderingen geboekt.

- 6) Inkomsten uit kabelakkoorden worden geboekt op het ogenblik dat zij verworven zijn en enkel onder de voorwaarde dat er zekerheid over de inning bestaat.
- 7) De vergoeding voor goed financieel beheer voor de gelden belegd bij het Centraal Financieringsorgaan van de Vlaamse Gemeenschap wordt geboekt op het ogenblik dat deze vergoeding ten voordele van de VRT door de overheid bevestigd wordt.

## XXI. Overheidsfinanciering (in 1.000 euro)

Artikel 17 van de beheersovereenkomst tussen de VRT en de Vlaamse Gemeenschap 2002-2006 voorziet in volgende tussenkomsten vanwege de Vlaamse Overheid:

• Kapitaalfinanciering	24.789 euro
• Werkingsdotatie	<u>243.490 euro</u>
	268.279 euro

## XXII. Kapitaalsubsidies (in 1.000 euro)

Op 20 december 2001 werd door de Vlaamse Gemeenschapscommissie van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest een investeringssubsidie toegekend voor de aankoop van een onroerend goed bestemd voor het kinderdagverblijf.

In de overeenkomst Innovatieve Mediaprojecten e-vrt werd door de Vlaamse Gemeenschap een steun toegekend voor de investeringen in het project Mediadienstenplatform. In 2006 is er een tussenkomst in de investeringen Mediadienstenplatform voor 534,-euro. Een bedrag van 136,-euro werd in opbrengst genomen à rato van de afschrijvingen.

## XXIII. Voorzieningen

De voorziening voor pensioenen en soortelijke verplichtingen hebben betrekking op de verplichtingen als gevolg van uitstapregelingen. Jaarlijks worden eventueel bijkomende verplichtingen voorzien, terwijl voor de werkelijke uitbetalingen de voorzieningen worden aangewend.

## XXIV. Financiële vaste activa (in 1.000 euro)

Op 20 juli 2006 werd beslist tot een kapitaalverhoging van de NV VRTLease met 4.000,- euro. Dit bedrag werd volledig door de VRT volstort. Tevens werd door de NV VRTLease een bedrag van 1.500,- euro van het niet volstort kapitaal bij oprichting opgevraagd. Op 31 december 2006 was de kredietlijn van de NV VRTLease bij de VRT niet meer aangesproken.



Op 12 maart 2007 besliste de Raad van Bestuur van de VRT om over te gaan tot een fusie door overname van de NV VRT Lease. De gecumuleerde verliezen van de NV VRT Lease bedroegen op 31 december 2006 671,- euro. Dit bedrag werd op 31 december 2006 ten laste genomen als minderwaarde op financiële vaste activa.

## XXV. Pensioenverplichtingen (in 1.000 euro)

### A. Statutaire personeelsleden

Op 19 december 1997 werd het Pensioenfonds VRT Statutaire personeelsleden opgericht. In overeenstemming met de statuten van het Pensioenfonds werden de rustpensioenverplichtingen van de VRT t.o.v. de statutaire personeelsleden overgedragen aan het Pensioenfonds VRT. De beheersovereenkomst tussen VRT en de Vlaamse Gemeenschap voorziet dat de VRT de werkgeversbijdragen op de statutaire loonmassa blijft afdragen aan het Pensioenfonds. Daarnaast voorziet het Decreet van 29 april 1997 betreffende de omzetting van de BRTN in een naamloze vennootschap van publiek recht in artikel 3 dat de Vlaamse Gemeenschap de pensioenverplichtingen van de VRT ten aanzien van zijn vastbenoemd personeel aanzuivert.

De beheersovereenkomst 2002-2006 voorziet jaarlijkse stortingen van 19,212 miljoen euro.

Netto verplichtingen van het Pensioenfonds VRT per 31/12/2006 (in 1.000 euro):

• Eigen vermogen	400.358 euro
• Verplichtingen (PBO-basis)	<u>765.133 euro</u>
• Tekort	364.775 euro

### B. Contractuele personeelsleden

Op 9 november 2000 werd een pensioenfonds contractuelen opgericht met als uitsluitend doel het opbouwen van middelen

met het oog op het toekennen van aanvullende pensioenvoordelen. Het fonds wordt uitsluitend gefinancierd door werkgeversbijdrage van de VRT.

## XXVI. 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.

## XXVII. 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.

## XXVIII. Niet in de balans opgenomen rechten en verplichtingen

De VRT heeft een aantal raam- en principeovereenkomsten afgesloten met een beperkt aantal televisieproductiehuizen. Deze raam- en principeovereenkomsten beogen een structurele samenwerking te realiseren tussen de omroep en een aantal door de VRT strategisch beoordeelde programmamakers en -huizen. Sommige van deze raam- en principeovereenkomsten bevatten tevens exclusiviteitsclausules. Deze overeenkomsten bevatten een aantal wederzijdse verbintenissen doch voorzien tevens in een aantal kwalitatieve en kwantitatieve criteria.

## XXIX. Toelichting bij de sociale balans

Bij de sociale balans moet vermeld worden dat de rubriek 'voltijds' (code 105) eveneens de personeelsleden omvatten die gebruik maakten van de maatregel 'verlof voorafgaand aan pensionering':

- Aantal VVP op 31/12/05 57
- VVP-ers definitief met pensioen in de loop van 2006 - 28
- Aantal nieuwe VVP-ers in de loop van 2006 0
- Aantal VVP op 31/12/06 29

## XXX. Continuïteit van de waarderingsregels

Het boekjaar werd afgesloten met een winst van 18.978,- euro. Overeenkomstig artikel 616 Wetboek van Vennootschappen wordt 5% van deze winst ingehouden tot vorming van een wettelijke reserve. Het saldo van 18.029,- euro wordt toegevoegd aan de Reserve ter financiering van de publieke omroepopdracht. Deze reserve bedraagt op 31/12/06 18.526,- euro.



## Verslag van de Commissaris

Aan de aandeelhouders,

Overeenkomstig de wettelijke en statutaire bepalingen brengen wij u verslag uit in het kader van het mandaat van commissaris dat ons werd toevertrouwd. Dit verslag omvat ons oordeel over de jaarrekening evenals de vereiste bijkomende vermeldingen en inlichtingen.

### Verklaring over de jaarrekening zonder voorbehoud

Wij hebben de controle uitgevoerd van de jaarrekening van DE VLAAMSE RADIO- EN TELEVISIEOMROEP NV VAN PUBLIEK RECHT over het boekjaar afgesloten op 31 december 2006, opgesteld op basis van het in België van toepassing zijnde boekhoudkundig referentiestelsel, met een balanstotaal van 350.943 (000) EUR en waarvan de resultatenrekening afsluit met een winst van het boekjaar van 18.978 (000) EUR.

Het opstellen van de jaarrekening valt onder de verantwoordelijkheid van de raad van bestuur. Deze verantwoordelijkheid omvat onder meer: het ontwerpen, implementeren en in stand houden van een interne controle met betrekking tot het opstellen en de getrouwe weergave van de jaarrekening zodat deze geen afwijkingen van materieel belang, als gevolg van fraude of van fouten, bevat, het kiezen en toepassen van geschikte waarderingsregels, en het maken van boekhoudkundige ramingen die onder de gegeven omstandigheden redelijk zijn.

Het is onze verantwoordelijkheid een oordeel over deze jaarrekening tot uitdrukking te brengen op basis van onze controle. Wij hebben onze controle uitgevoerd overeenkomstig de wettelijke bepalingen en volgens de in België geldende controlenormen, zoals uitgevaardigd door het Instituut der Bedrijfsrevisoren. Deze controlenormen vereisen dat onze controle zo wordt georganiseerd en uitgevoerd dat een redelijke mate van zekerheid wordt verkregen dat de jaarrekening geen afwijkingen van materieel belang bevat.

Overeenkomstig deze controlenormen, hebben wij controlewerkzaamheden uitgevoerd ter verkrijging van controle-informatie over de in de jaarrekening opgenomen bedragen en toelichtingen. De selectie van deze controlewerkzaamheden is afhankelijk van onze beoordeling welke een inschatting omvat van het risico dat de jaarrekening afwijkingen van materieel belang bevat als gevolg van fraude of van fouten. Bij het maken van onze risico-inschatting houden wij rekening met de bestaande interne controle van de vennootschap met betrekking tot het opstellen en de getrouwe weergave van de jaarrekening ten einde in de gegeven omstandigheden de gepaste werkzaamheden te bepalen maar niet om een oordeel over de effectiviteit van de interne controle van de vennootschap te geven. Wij hebben tevens de gegrondheid van de waarderingsregels, de redelijkheid van de boekhoudkundige ramingen gemaakt door de vennootschap, alsook de voorstelling van de jaarrekening als geheel beoordeeld. Ten slotte, hebben wij van de raad van bestuur en van de verantwoordelijken van de vennootschap de voor onze controlewerkzaamheden vereiste ophelderingen en inlichtingen verkregen. Wij zijn van mening dat de door ons verkregen controle-informatie een redelijke basis vormt voor het uitbrengen van ons oordeel.

Naar ons oordeel geeft de jaarrekening afgesloten op 31 december 2006 een getrouw beeld van het vermogen, de financiële toestand en de resultaten van de vennootschap, in overeenstemming met het in België van toepassing zijnde boekhoudkundig referentiestelsel.

## Bijkomende vermeldingen en inlichtingen

Het opstellen en de inhoud van het jaarverslag, alsook het naleven door de vennootschap van het Wetboek van Vennootschappen en van de statuten, vallen onder de verantwoordelijkheid van de raad van bestuur.

Het is onze verantwoordelijkheid om in ons verslag de volgende bijkomende vermeldingen en inlichtingen op te nemen die niet van aard zijn om de draagwijdte van onze verklaring over de jaarrekening te wijzigen:

- Het jaarverslag behandelt de door de wet vereiste inlichtingen en stemt overeen met de jaarrekening. Wij kunnen ons echter niet uitspreken over de beschrijving van de voornaamste risico's en onzekerheden waarmee de vennootschap wordt geconfronteerd, alsook van haar positie, haar voorzienbare evolutie of de aanmerkelijke invloed van bepaalde feiten op haar toekomstige ontwikkeling. Wij kunnen evenwel bevestigen dat de verstrekte gegevens geen onmiskenbare inconsistenties vertonen met de informatie waarover wij beschikken in het kader van ons mandaat.
- Onverminderd formele aspecten van ondergeschikt belang, werd de boekhouding gevoerd overeenkomstig de in België van toepassing zijnde wettelijke en bestuursrechtelijke voorschriften.


- 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. De verwerking van het resultaat die aan de algemene vergadering wordt voorgesteld, stemt overeen met de wettelijke en statutaire bepalingen.
- Zoals vermeld in de Toelichting bij de jaarrekening is de waarderingsregel met betrekking tot de erkenning van de overheidsdotatie, die is toegepast bij het opstellen van de jaarrekening per 31 december 2006, gewijzigd tegenover het voorgaande boekjaar. Deze gewijzigde waarderingsregel heeft het resultaat van het boekjaar 2006 gunstig beïnvloed voor een bedrag van 42.100 (000) EUR.

Diegem, 13 maart 2007

**De commissaris**  
**DELOITTE Bedrijfsrevisoren**  
BV o.v.v.e. CVBA  
Vertegenwoordigd door



Guy Wygaerts



Rik Neckebroeck



## 2. Toelichting bij de Financiële Resultaten

### Statutair resultaat

De statutaire jaarrekening sluit met een overschot van 19 miljoen euro. Dit gunstig resultaat is een gevolg van een gewijzigde waarderingsregel m.b.t. de "uitgestelde dotatie" (42,1 miljoen euro) en van een terugneming van voorzieningen voor algemene risico's (14,4 miljoen euro). Anderzijds wordt op basis van de beheersovereenkomst een gedeelte van de overheidsfinanciering ter beschikking gesteld in de vorm van kapitaalverhoging (24,8 miljoen euro). Tenslotte deed de VRT in 2006 een beroep op reserves opgebouwd in de eerste twee jaren van de beheersovereenkomst. Deze strategie was noodzakelijk om de implementatie van onze bijgestuurde aanbod- en technologiestrategie in de loop van de periode 2004-2006 te kunnen financieren.

Bij de omvorming van de VRT naar een NV van publiek recht werd om de overeenstemming tussen kosten en opbrengsten te verzekeren een waarderingsregel ingevoerd, waarbij de dotatie als verworven wordt beschouwd op het ogenblik van de uitzending van de programma's. In de nieuwe beheersovereenkomst 2007-2011 werd met de overheid afgesproken dat de geconsolideerde jaarrekening van de VRT vanaf het boekjaar 2009 opgesteld zou worden volgens het IFRS-normenkader. Dit referentiekader laat geen ruimte meer voor een brede interpretatie met betrekking tot de boeking van opbrengsten. De overheidsdotatie die voor een bepaald werkingsjaar toegekend wordt, moet in datzelfde boekjaar als definitief verworven worden beschouwd. Door deze gewijzigde waarderingsregel wordt het resultaat 2006 gunstig beïnvloed voor 42,1 miljoen euro.

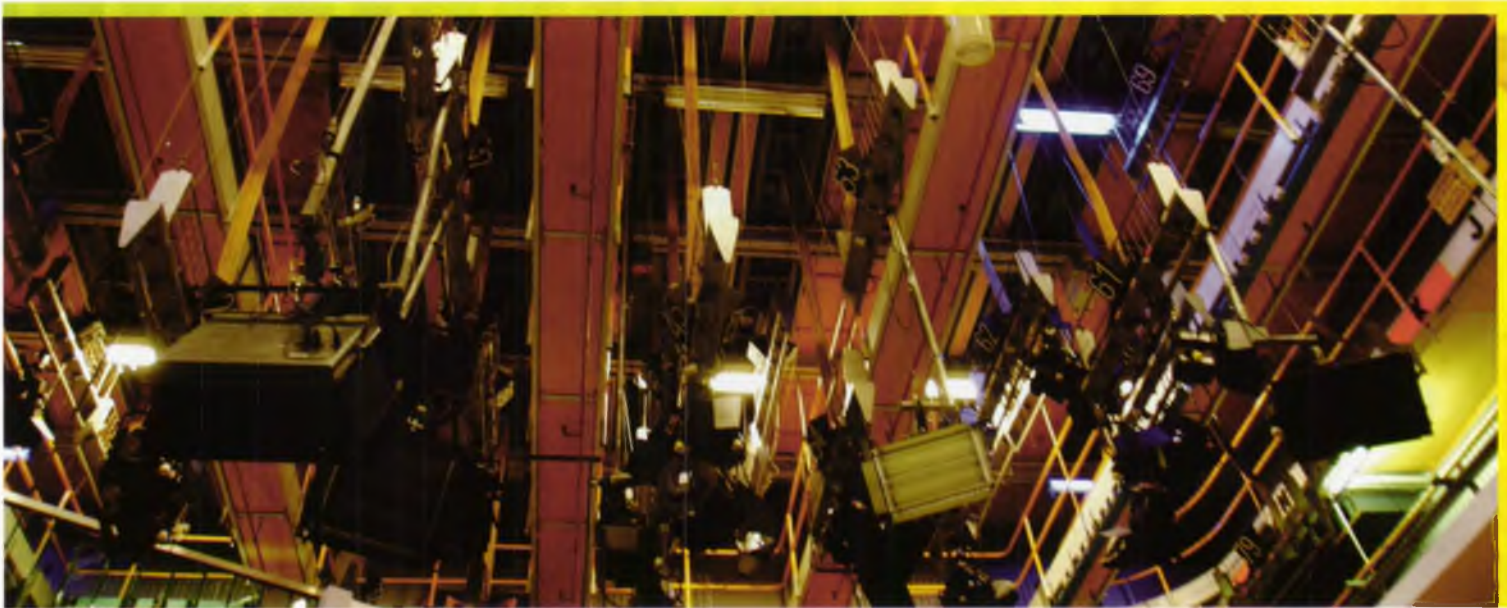
De wijziging van de waarderingsregel met betrekking tot het uitsstellen van de dotatie moet overigens geïnterpreteerd worden in het licht van de afspraken die de VRT met de Vlaamse overheid heeft gemaakt met betrekking tot de financiering van de publieke opdracht in de periode 2007-2011.

Conform artikel 39 § 2 van de beheersovereenkomst 2007-2011 "zal de VRT voor de financiering van de openbare omroepopdracht reserves aanwenden ten belope van maximaal 55 miljoen euro. De reserves zullen bij het afsluiten van de rekeningen van 2006 in een reservefonds geplaatst worden, (...)"

De omzet is ten opzichte van 2005 met 14,9% (56,4 miljoen euro) gestegen. De belangrijkste verklaring ligt in de in opbrengst genomen dotatie voor de financiering van de strategische voorraad (42,1 miljoen euro). Bovendien zijn de rechten uit lineaire doorgifte van de TV-programma's gestegen met 18 %, als gevolg van nieuwe contracten afgesloten met de kabelmaatschappijen verantwoordelijk voor de doorgifte in Brussel en Wallonie. Anderzijds wordt de omzet negatief beïnvloed doordat de opbrengsten uit radio-reclame daalden met 6% tot 36,7 miljoen euro.

De bedrijfskosten stegen met 12,4 miljoen euro. Hierin zit de hogervermelde terugname van de voorziening voor algemene risico's en kosten verrekend ten bedrage van 14,4 miljoen. De stijging wordt in belangrijke mate verklaard door investeringen in nieuwe fictie, de restyling van Ketnet, de uitzendingen over de Belgische voetbalcompetitie en de in gebruik name van het Gemeenschappelijk Media IT platform (GMII).

De VRT investeerde in 2006 verder in Nieuwe Media. Rond tal van programma's werden projecten opgezet (*Ronde van Frankrijk web- en mobieltoepassing, podcast Vlaanderen Sportland, Toyinima, ...*) en VRTnieuws.net werd verder uitgebouwd.



## Kasstroomtabel

De nettobedrijfskasstroom bedroeg in 2006 5,8 miljoen euro. De investeringsuitgaven bedroegen 36,8 miljoen euro. De belangrijkste investeringen zijn gebeurd bij het opzetten van de digitale mediafabriek, het nieuwsproject, de transmissie DVB-H en DAB, de vervanging van het transmissiecontrolecentrum, de vernieuwing van het redactiesysteem online en de continuering van het project voor de kantoorrenovatie (TOM).

Per saldo is de kaspositie ten opzichte van 2005 gedaald met 25,1 miljoen euro.

	in 1.000 euro	
	2006	2005
<b>Bedrijfsresultaat</b>	15.243	-35.740
Kapitaalverhoging	24.789	24.789
Kapitaalsubsidie	389	-71
Niet kasstromen	3.242	16.804
Bewegingen voorraden, vorderingen, schulden	-37.836	-1.759
<b>Netto operationele cash flow</b>	<b>5.827</b>	<b>4.023</b>

### Financieringstabel

<b>Netto operationele cash flow</b>	<b>5.827</b>	<b>4.023</b>
Dividenden uit verbonden ondernemingen	3.690	4.251
Netto cash-flow uit financieringsactiviteiten	2.125	806
Netto cash-flow uit investeringen	-36.789	-26.670
<b>Kasbewegingen in het boekjaar</b>	<b>-25.148</b>	<b>-17.590</b>

## Beheersovereenkomst

### 1. Uitvoering beheersovereenkomst

	in 1.000 euro				
	Beheers- overeenkomst 2006	Gewijzigd budget 2006	Resultaat 2006	Variatie t.o.v. Beheers- overeenkomst 2006	Variatie t.o.v. Budget 2006
<b>Bedrijfsopbrengsten</b>					
700-merchandising	634	3.205	2.400	1.766	-805
701-verkopen programma's en sublicenties	673	1.215	6.650	5.977	5.435
702-rechten doorgifte TV-netten	6.941	15.930	16.536	9.595	606
703-andere commerciële opbrengsten	383	1.979	1.154	771	-825
704-dienstverleningen	1.394	3.888	9.570	8.176	5.682
705-radioreclame	37.184	38.400	36.661	-523	-1.739
706-coproducties	1.768	3.550	3.473	1.705	-77
707-ban	2.202	7.950	9.333	7.131	1.383
708-sponsoring radio	7.126	7.660	7.641	515	-19
708-sponsoring TV alliantiepartners	8.676	8.700	8.715	39	15
708-sponsoring teletekst	0	250	310	310	60
708-sponsoring evenementiële programmering en andere	0	3.150	4.916	4.916	1.766
708-sponsoring evenementen (LE)	0	3.863	1.758	1.758	-2.106
709-ruil	11.632	24.896	28.605	16.973	3.709
74-andere bedrijfsopbrengsten	1.110	8.442	20.548	19.438	12.106
71-voorraadwijzigingen	0	0	10.367	10.367	10.367
BA 41.02 Basisdotatie aan de VRT	243.490	243.490	243.475	-15	-15
In opbrengst genomen dotatie	0	721	2.005	2.005	1.284
Uitgestelde dotatie-strategische voorraad	0	-1.620	-1.620	-1.620	0
BA 99.11 Dotatie e-vrt	8.726	10.901	11.530	2.804	629
BA 41.05 Dotatie personeelskost VOK	3.471	3.150	2.915	-556	-235
<b>Totaal bedrijfsopbrengsten</b>	<b>335.410</b>	<b>389.720</b>	<b>426.940</b>	<b>91.530</b>	<b>37.220</b>
<b>Bedrijfskosten</b>					
A/ Continuïteit programmering					
60-handelsgoederen / grondstoffen	1.210	1.088	1.389	-178	-301
60-sport- en filmrechten	26.299	23.630	29.971	-3.672	-6.341
61-diensten en diverse goederen	137.441	195.502	227.759	-90.318	-32.257
62-personeel	160.635	172.919	169.699	-9.064	3.220
63-afschrijvingen materiële en immateriële vaste activa	19.708	22.159	21.498	-1.790	661

in 1.000 euro

	Beheers- overeenkomst 2006	Gewijzigd budget 2006	Resultaat 2006	Variantie t.o.v. Beheers- overeenkomst 2006	Variantie t.o.v. Budget 2006
63-wijzigingen waardeverminderingen	0	0	231	-231	-231
63-wijzigingen voorzieningen	0	0	-57	57	57
64-andere bedrijfskosten	1.232	2.010	3.544	-2.312	-1.535
B/ Innovatieprojecten					
61-diensten en diverse goederen	7.388	9.124	8.907	-1.519	217
62-personeel	1.338	1.277	1.629	-291	-352
63-afschrijvingen materiële en immateriële vaste activa	0	500	540	-540	-40
C/ VOK					
62-personeel	3.471	3.150	2.915	556	235
<b>Totaal bedrijfskosten</b>	<b>-358.722</b>	<b>-431.359</b>	<b>-468.026</b>	<b>-109.304</b>	<b>-36.667</b>
<b>Bedrijfsresultaat vóór herstructureringskost</b>	<b>-23.312</b>	<b>-41.639</b>	<b>-41.086</b>	<b>-17.774</b>	<b>553</b>
62-herstructureringskost maxidecreet (VVP)	-1.779	-1.870	-1.931	152	-61
63-wijziging voorz. Herstructureringskost maxidecreet (VVP)	1.779	1.870	1.931	-152	61
63-extra aanleg voorz. Herstructureringskost maxidecreet (act VVP)	0	-89	-124	124	-35
62-ambstop- en ontheffing	-2.529	-1.905	-1.806	-723	99
63-wijziging voorziening kost ambstopheffingen	0	1.905	1.806	-1.806	-99
63-extra aanleg voorziening ambstopheffingen (actualisatie)	0	-150	-66	66	84
<b>Bedrijfsresultaat na herstructureringskost</b>	<b>-25.841</b>	<b>-41.878</b>	<b>-41.276</b>	<b>-20.112</b>	<b>602</b>
65- Financiële kosten	-30	-239	-111	-81	127
75- Financiële opbrengsten	1.686	3.596	4.517	2.831	921
66- Uitzonderlijke kosten	0	0	-671	-671	-671
<b>Resultaat van het boekjaar</b>	<b>-24.185</b>	<b>-38.520</b>	<b>-37.542</b>	<b>-18.034</b>	<b>978</b>
Kapitaalfinanciering	24.789	24.789	24.789	0	0
<b>Managementresultaat</b>	<b>604</b>	<b>-13.731</b>	<b>-12.753</b>	<b>-18.034</b>	<b>978</b>



## 2. Financiële performantiemaatstaf

in 1.000 euro

Boekjaar	Financieel Plan Beheersovereenkomst		Uitvoering 2002-2006	
	Resultaat van het boekjaar	Gecumuleerd resultaat	Resultaat van het boekjaar	Gecumuleerd resultaat
2002	+646	+646	+7.831	+7.831
2003	+274	+920	+18.425	+26.256
2004	+96	+1.016	(4.242)	+22.014
2005	+772	+1.788	(5.891)	+16.123
<b>2006</b>	<b>+604</b>	<b>+2.392</b>	<b>(12.753)</b>	<b>+3.370</b>

Het financieel plan van de beheersovereenkomst is opgesteld conform de presentatie van de statutaire resultatenrekening, op uitzondering van de kapitaalfinanciering, de gewijzigde waardeeringsregel m.b.t. de financiering van de strategische voorraad en de terugneming van voorzieningen voor algemene risico's. Dit managementresultaat is in 2006 een verlies van 12.753.000 euro. In het ondernemingsplan was er een gepland verlies van 13,7 miljoen euro vooropgesteld. Het boekjaar 2006 sluit dus 1 miljoen euro beter af dan gepland.

De extra uitgaven ten opzichte van 2005 zijn onder andere de meerkosten door de uitzendingen rond het Belgisch voetbal dat in 2006 voor het eerst voor een volledig jaar werd uitgezonden, de vernieuwing van Ketnet, de investeringen in nieuwe media (internet en mobiel) en de uitgaven voor het Gemeenschappelijk Media-IT-platform (GMII).

Wat de opbrengsten betreft blijft de radioreclame met een ontvangst van 36,7 miljoen euro onder de minimumdrempel vastgelegd in de beheersovereenkomst. De knipperlichtprocedure werd als gevolg daarvan in gang gezet. De vooropgestelde omzet van 38,4 miljoen euro werd niet gehaald ten gevolge van toegenomen concurrentie van de commerciële radiostations.

De opbrengsten uit de tv-sponsoringalliantiepartners belopen 8.715.000 euro, wat 15.000 euro boven het vastgelegde plafond van de beheersovereenkomst ligt. Zoals afgesproken in de beheersovereenkomst zal de aanwending van dat laatste bedrag worden voorgelegd aan de minister bevoegd voor media en de minister bevoegd voor financiën.

Als financiële performantiemaatstaf is in de beheersovereenkomst 2002-2006 afgesproken dat jaarlijks minstens het cumulatieve resultaat over de duur van de beheersovereenkomst conform het financieel plan moet behaald worden. Dankzij eerder opgebouwde overschotten sluit de VRT het werkingsjaar 2006 af met een positief cumulatief resultaat van 3.370.000 euro, dit is 978.000 euro beter dan de performantiemaatstaf. De gemaakte afspraken werden met andere woorden nageleefd.

## 3. Aanwending van de reserves

Het opbouwen van reserves in 2002 en 2003 was een bewuste en noodzakelijke strategie om de implementatie van onze bijgestuurde aanbod- en technologiestrategie in de loop van de periode 2004-2006 te kunnen financieren.

De VRT deed in 2006 een beroep op de opgebouwde reserves om de vernieuwing van Ketnet door te voeren en nieuwe projecten op internet te ontwikkelen. Verder werden belangrijke investeringen gedaan voor de opstart van de Digitale MediaFabriek en het nieuwsredactiesysteem.

# 3. Analyse van de opbrengsten en kosten

## 1. Samenvatting van de toegepaste analytische principes

De VRT voert voor de Vlaamse Gemeenschap de openbare omroepopdracht uit. Hij krijgt hiervoor krachtens de beheersovereenkomst een basisenveloppe aan financiële middelen. De VRT wil transparant zijn. In het kader van deze transparantie wordt in dit hoofdstuk additionele informatie verschaft over opbrengsten, kosten, onderzoek en ontwikkeling, sport- en de filmrechten.

De transparantie situeert zich op twee domeinen:

- 1) De VRT wil via zijn analytische boekhouding publieke verantwoording afleggen over de ter beschikking gestelde middelen. Aan de kostenkant past de VRT een gedetailleerde segmentrapportering toe per businessunit, per net en per dienst. Voor de ontvangsten wordt informatie verstrekt per financieringsbron. De VRT onderscheidt vier pijlers: de overheidsfinanciering, de opbrengsten uit de advertentiemarkt, de opbrengsten uit exploitatie van het publiek VRT-aanbod en de opbrengsten uit afgeleiden van het VRT-aanbod.

De financiële segmentrapportering steunt op een uitvoerig beschreven methodologie van analytische kostentoewijzing en op een verduidelijking van de gehanteerde definities. Ze is gebaseerd op een consistent en objectief gebruik van de principes van kostenaccounting voor de toewijzing van kosten aan kosten dragers. Deze kostentoewijzing en de rapportering van de kosten en opbrengsten wordt vanaf 2005 gecontroleerd door de Commissaris van de VRT.

Waar vergeleken wordt met 2005 werden de cijfers (indien noodzakelijk) heringedeeld, om op dezelfde basis te kunnen rapporteren als voor 2006.

De voornaamste allocatieregels zijn:

- A. De segmentrapportering zorgt voor een opsplitsing van de kosten.  
De kosten worden analytisch geboekt op 4 businessunits: radio, televisie, line extensions en de centrale diensten. Binnen de centrale diensten wordt via afzonderlijke kostenplaatsen en orders analytisch gerapporteerd over de nieuwe media, transmissie, onderzoek en ontwikkeling, en de beleids-ondersteunende directies (Algemene Directie, HR en Facility Management, Technologie, en Financiën). Ook de "andere kosten" worden bij de centrale diensten geboekt. Het gaat hier meer specifiek om sublicenties, gerecupereerde kosten voor het Belgisch voetbal, kosten van het Vlaams Radio-orkest en het Vlaams Radio-koor, voorzieningen, belastingen, waardeverminderingen en herwaarderingen.
- B. De kosten van radio en televisie bestaan enerzijds uit de direct en indirect toewijsbare productiekosten van de uitgezonden programma's en anderzijds uit de niet-toewijsbare kosten aan de programma's zoals de marketingkosten en de kosten van de directie, de administratie en het netmanagement.  
De productiekosten omvatten de kosten van de uitgezonden programma's, dit betreft zowel de externe kosten als het gebruik van de interne productiemiddelen (mensen en middelen).
- C. Alle kosten van radio en televisie worden verder opgesplitst per net. Zowel de kosten van de uitgezonden programma's, als de niet-toewijsbare kosten worden toegewezen aan de netten. Dit gebeurt volgens een aantal allocatieregels die uitvoerig verantwoord en gedocumenteerd worden. Algemeen kan men stellen dat de niet-toewijsbare kosten worden toegewezen als percentage van de totale kost, aan de hand van een afname in uren of op basis van onderliggende statistische kengetallen.

- 2) Parallel heeft de VRT een aparte businessunit opgericht voor commerciële activiteiten. De VRT voert daarvoor een gescheiden analytische boekhouding (zowel kosten als opbrengsten). Deze rapportering wordt opgelegd door de transparantierichtlijn van de Europese Commissie. De richtlijn heeft als algemene principes dat er geen oversubsidiëring vanuit de overheid mag gebeuren en geen kruissubsidiëring vanuit de middelen voor de publieke opdracht naar de commerciële activiteiten toe. Deze rapportering wordt verder besproken onder punt 4 (Nettokosten van de publieke opdracht).

## 2. Financieringspijlers

	in mio euro			
	2006		2005	
1. Overheidsfinanciering <sup>(1)</sup>	283,1	66,5%	267,8	65,4%
2. Opbrengsten uit de advertentiemarkt <sup>(2)</sup>	71,9	16,9%	72,4	17,7%
3. Exploitatie van het publiek aanbod en andere opbrengsten <sup>(3)</sup>	64,6	15,2%	66,3	16,2%
4. Exploitatie van afgeleiden van het VRT-aanbod <sup>(4)</sup>	6,4	1,5%	2,9	0,7%
<b>Subtotaal :</b>	<b>426,0</b>	<b>100,0%</b>	<b>409,4</b>	<b>100,0%</b>
5. Sublicenties en recuperatie kosten voetbalcontract	19,9		15,4	
<b>Algemeen totaal van de opbrengsten: <sup>(5)</sup></b>	<b>445,9</b>		<b>424,8</b>	

(1) incl. kapitaalfinanciering, VOK en e-vert

(2) o.a. reclame, sponsoring, boodschappen algemeen nut, dividenden van VAR

(3) o.a. lineaire doorgifte TV-programma's, Net gemist, bel- en sms-inkomsten, verkopen van programma's, ruil excl. gedeelte Line Extensions, coproductions, facilitaire toelevering, dienstverleningen

(4) evenementen, merchandising, ruil Line Extensions en Aanbod-op-aanvraag

(5) excl. Voorraadwijzigingen

excl. de impact van de gewijzigde waarderingsregel m.b.t. de financiering van de strategische voorraad (42,1 mio euro)

De opbrengsten voor de financiering van de openbare omroepopdracht worden opgedeeld in vier pijlers.

Het aandeel van overheidsfinanciering in de totale financiering stijgt met 1,1% tot 66,5%. Het aandeel van de opbrengsten uit de advertentiemarkt is gedaald met 0,8% tot 16,9%, voornamelijk als gevolg van de daling van de radioreclameopbrengsten. De exploitatie van het publiek aanbod en andere opbrengsten daalt tot 15,2%. Het relatieve belang van de afgeleiden van het VRT-aanbod blijft ook in 2006 beperkt (1,5%).

De sublicenties en de recuperatie van productiekosten voor de uitzendingen rond de Belgische voetbalcompetitie worden apart gerapporteerd. De VRT produceert alle uitzendingen van alle voetbalwedstrijden van het eersteklassevoetbal maar zendt in 2006 zelf maar één wedstrijd per week integraal uit.

## 3. Kosten per net

### A. Analyse van de kosten

	in mio euro			
	2006		2005	
Radio	86,7	20,3%	88,0	21,9%
Televisie	248,5	58,2%	235,3	58,4%
Nieuwe Media	5,8	1,3%	4,2	1,1%
<b>Programmakost</b>	<b>341,0</b>	<b>79,8%</b>	<b>327,5</b>	<b>81,4%</b>
Transmissie	11,4	2,7%	10,9	2,7%
Onderzoek en ontwikkeling	11,8	2,8%	8,0	2,0%
Line Extensions	4,8	1,1%	1,1	0,3%
Ondersteunende directies	58,0	13,6%	55,1	13,7%
<b>Subtotaal</b>	<b>427,0</b>	<b>100,0%</b>	<b>402,6</b>	<b>100,0%</b>
Andere	31,6		28,1	
<b>Totaal <sup>(1)(2)</sup></b>	<b>458,6</b>		<b>430,7</b>	

(1) Inclusief voorraadwijzigingen

(2) Exclusief terugneming voorziening voor algemene risico's (14,4 mio euro)

79,8% van de kosten op ondernemingsniveau zijn rechtstreeks toegewezen programmakosten. De transmissiekosten bedragen 11,4 miljoen euro (2,7% van de totale kosten). De kosten van onderzoek en ontwikkeling bedragen 11,8 miljoen euro (zie verder). De kosten van Line Extensions bedragen 4,8 miljoen euro.

De kosten van de ondersteunende directies bedragen 13,6 % van de totale kosten. Hierin zijn begrepen: de kosten van de gebouwen (behuizing), ICT, de Algemene Directie, de Directie HR en Facility Management, de Financiële Directie en de Beleidsondersteunende Diensten.

In de post "andere" worden de voorzieningen, de sublicenties, de recuperatie van kosten i.v.m. het Belgisch voetbal, de waardeverminderingen, de herwaarderingskosten einde boekjaar, de belastingen, de herstructureringskosten en de kosten voor het Vlaams Radio-Orkest en het Vlaams Radio-Koor gegroepeerd.

#### Kosten per net – Radio

	in mio euro	
	2006	2005
Radio 1	19,2	18,9
Radio 2	25,5	26,6
Donna	11,3	12,4
Studio Brussel	11,0	11,3
Klara	13,4	12,6
RVI	2,2	2,9
Digitale netten (*)	3,4	2,7
Websites	0,7	0,6
<b>Totaal</b>	<b>86,7</b>	<b>88,0</b>

(\*) Nieuws+, Donna Hitbits, Klara Continuo en Sporza (incl. middengolf)

De totale kosten van radio dalen met 1,3 miljoen euro ten opzichte van 2005. In de loop van 2006 werd een besparingsoperatie doorgevoerd bij radio. Die besparing werd gerealiseerd bij Radio 2, Donna, Studio Brussel en RVI en dit voornamelijk op de marketingkosten. Ook werden bij Radio 2, Donna en Studio Brussel in 2006 minder ruilcontracten afgesloten.

RVI werd in 2005 gereorganiseerd. Een deel van de medewerkers en middelen werd ingezet bij Nieuwe Media of bij andere netten. 2006 was het eerste volledige jaar in de afgeslankte structuur.

De verhoging van de kosten bij de digitale netten situeert zich bij Sporza en heeft te maken met het afsluiten van meer ruilcontracten.

#### Kosten per net – TV

De kosten van Eén stegen in 2006 ten opzichte van 2005. Eén investeerde in 2006 in nieuwe fictie, zoals *De parelvisser*, en in programma's rond het Belgische Voetbal (*Studio 1*). Bovendien waren er in 2006 Gemeenteraadsverkiezingen.

De kosten van Canvas daalden in 2006 ten opzichte van 2005. Vanaf september 2006 was VRT niet langer in het bezit van de rechten voor de Champions League. Bovendien werden in 2005 extra kosten geïnvesteerd in restyling van Canvas, kosten die in 2006 niet gemaakt werden.

In 2006 werd de vernieuwing van Ketnet doorgevoerd, dit verklaart de stijging van een belangrijk deel van de kosten voor 2006.

	in mio euro	
	2006	2005
Eén	172,2	158,2
Canvas	55,8	60,7
Ketnet	20,5	16,4
<b>Totaal</b>	<b>248,5</b>	<b>235,3</b>



## B. Onderzoek en Ontwikkeling

In 2006 heeft de VRT voor 11,8 miljoen euro geïnvesteerd in onderzoek en ontwikkeling. De Cel Onderzoek en Ontwikkeling wordt volledig met eigen middelen gefinancierd.

Er werden in 2006 11,1 miljoen kosten gemaakt in het kader van de overeenkomst innovatieve mediaprojecten tussen de Vlaamse Gemeenschap en de VRT.

Project	in mio euro	
	2006	2005
<b>O&amp;O / Innovatie - cel</b>	<b>0,7</b>	<b>0,7</b>
e-VRT algemeen	3,2	3,5
Advanced Media		0,8
Mediadienstenplatform	7,9	3,0
<b>Overeenkomst innovatieve projecten</b>	<b>11,1</b>	<b>7,3</b>
<b>Totaal onderzoek &amp; ontwikkeling</b>	<b>11,8</b>	<b>8,0</b>

## C. Sportrechten

in mio euro			
Voorraad op 01/01/2006	Aankopen in 2006	Uitgezonden in 2006	Voorraad op 31/12/2006
35,5	8,3	12,7	31,1

**AANKOPEN, O.A. :**  
 Belgisch voetbal (Second Game) (2005-2006)  
 Belgisch bekeervoetbal (2006-2009)  
 Uefa Cup (2006-2009)  
 Ronde van Spanje (2006-2008)  
 Gent - Wevelgem (2007-2010)

**UITZENDINGEN, O.A. :**  
 Belgisch Voetbal  
 Champions League  
 Formule 1  
 Ronde van Frankrijk  
 Tennis Wimbledon  
 Tennis Roland Garros  
 Tennis WTA toernooien

De voorraad sportrechten daalde in 2006 met 4,4 miljoen euro. Bij de afsluiting van het boekjaar bedroeg die 31,1 miljoen euro.

De voornaamste oorzaak van de daling ligt in het feit dat in 2005 zwaar geïnvesteerd werd in nieuwe, meerjarige contracten, zoals de uitzendrechten voor de Belgische voetbalcompetitie voor de periode

2005-2008, die volledig in voorraad genomen werden in 2005. In 2006 werden rechten verworven voor voetbal en wielrennen.

In 2006 werden sportrechten voor een bedrag van 12,7 miljoen euro uitgezonden, waaronder het Belgische voetbal, de Champions League, Formule 1, de Ronde van Frankrijk en de tennistoernooien.

## D. Filmrechten

De filmvoorraad daalde in 2006 met 1,5 miljoen euro en bedraagt op het eind van het boekjaar 11,2 miljoen euro. Per einde 2006 waren alle sublicentiecontracten met SBS afgesloten en volledig verwerkt (in tegenstelling met de toestand per einde 2005).

	in mio euro				
	Voorraad op 01/01/2006	Aankopen in 2006	Verbruik in 2006	Schrapping in 2006	Voorraad in 2006 op 31/12/2006
Films	5,5	6,9	-8,4	-0,3	3,7
Documentaires	1,5	2,2	-1,9	-0,3	1,5
Series, comedy's, animatie, enz.	5,7	6,8	-6,2	-0,3	6,0
	<b>12,7</b>	<b>15,9</b>	<b>-16,5</b>	<b>-0,9</b>	<b>11,2</b>

## 4. Verslag van de Commissaris

Aan de Directie van De Vlaamse Radio en Televisieomroep NV van Publiek Recht

Wij hebben een onderzoek uitgevoerd op de bijgevoegde "Analyse van de Opbrengsten en kosten" (de "Analyse") voor het Boekjaar 2006 zoals die werd opgesteld onder de verantwoordelijkheid van de Directie van De Vlaamse Radio en Televisieomroep NV van Publiek Recht. Deze verantwoordelijkheid omvat onder meer: het ontwerpen, implementeren en in stand houden van een interne controle met betrekking tot het opstellen en de getrouwe weergave van de Analyse zodat deze geen afwijkingen van materieel belang, als gevolg van fraude of van fouten, bevat en het kiezen en toepassen van geschikte analytische principes die onder de gegeven omstandigheden redelijk zijn. De analytische principes op basis waarvan deze Analyse werd opgemaakt, zijn in samenvatting opgenomen onder het hoofdstuk Analyse van de Opbrengsten en Kosten.

Onze controlewerkzaamheden hadden tot doel om een verklaring af te leveren over de redelijkheid van deze analytische principes alsmede over hun toepassing.

Bij onze controle hebben wij ons o.a. gebaseerd op de werkzaamheden die we hebben uitgevoerd in het kader van de certificatie van de jaarrekening van de vennootschap per 31 december 2006. Overeenkomstig de normen van het Instituut der Bedrijfsrevisoren hebben wij controlewerkzaamheden uitgevoerd ter verkrijging van controle-informatie over de in de jaarrekening opgenomen bedragen en toelichtingen. De selectie van deze controlewerkzaamheden is afhankelijk van onze beoordeling welke een inschatting omvat van het risico dat de jaarrekening afwijkingen van materieel belang bevat als gevolg van fraude of van fouten. Bij het maken van onze risico-inschatting houden wij rekening met de bestaande interne controle van de vennootschap met betrekking tot het opstellen en de getrouwe weergave van de jaarrekening ten einde in de gegeven omstandigheden de gepaste

werkzaamheden te bepalen maar niet om een oordeel over de effectiviteit van de interne controle van de vennootschap te geven. Op 13 maart 2007 hebben wij over de jaarrekening per 31 december 2006 een verklaring zonder voorbehoud afgeleverd.

Wij hebben onze werkzaamheden uitgebreid en bijkomende steekproeven genomen om onderstaande verklaring af te leveren over de correcte toepassing van deze analytische principes. Tevens hebben wij de redelijkheid van deze principes nagekeken. Bij de uitvoering van onze werkzaamheden hebben wij geen anomalieën vastgesteld die ons zouden kunnen doen besluiten dat deze analytische principes niet correct zijn toegepast of waaruit zou kunnen blijken dat deze principes niet redelijk zouden zijn vastgesteld.

Diegem, 30 maart 2007

**De commissaris**  
**DELOITTE Bedrijfsrevisoren**  
BV o.v.v.e. CVBA  
Vertegenwoordigd door



Guy Wygaerts



Rik Neckebroeck

## 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 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, *verhoogd met een redelijke winstmarge*, mogen volgens de transparantierichtlijn van de Europese Commissie niet hoger zijn dan de toegekende overheidssubsidies ter financiering van de publieke opdracht.

### Niet -commerciële opbrengsten

	in mio euro				
	2002	2003	2004	2005	2006
Facilitaire toelevering	3,3	4,2	3,7	8,8	8,7
Coproducties	2,2	2,6	2,7	4,6	3,5
Personeelscatering	0,7	0,8	0,9	0,8	0,8
Financiële opbrengsten	3,6	0,9	0,5	0,6	0,7
Andere bedrijfsopbrengsten	2,7	2,4	3,6	2,4	2,6
<b>Totaal (*)</b>	<b>12,5</b>	<b>10,9</b>	<b>11,4</b>	<b>17,2</b>	<b>16,3</b>

(\*) exclusief voorraadwijzigingen

In 2006 bedragen de niet-commerciële opbrengsten 16,3 miljoen euro. Deze opbrengsten bestaan uit de facilitaire toelevering, de coproducties, de personeelscatering, de financiële opbrengsten, en andere bedrijfsopbrengsten. De andere bedrijfsopbrengsten betreffen o.m. gerecupereerde kosten en dienstverleningen aan de twee dochterondernemingen van de VRT.

### Commerciële activiteiten: rechtstreeks / onrechtstreeks voordeel uit de publieke opdracht

	in mio euro				
	2002	2003	2004	2005	2006
Opbrengsten	101,1	105,8	120,8	133,1	138,3
Kosten	26,3	26,0	31,2	46,0	49,2
<b>Resultaat (+winst; -verlies)</b>	<b>+74,8</b>	<b>+79,8</b>	<b>+89,6</b>	<b>+87,1</b>	<b>+89,1</b>

In 2006 bedraagt de winst op de commerciële activiteiten, die rechtstreeks of onrechtstreeks voordeel uit de publieke opdracht halen 89,1 miljoen euro. Dit overschot is vooral te danken aan de ontvangsten uit de lineaire doorgifte van de tv-netten en de via de VAR ontvangen radioreclame, sponsoring alliantiepartners, radiosponsoring, evenementiële TV-sponsoring, boodschappen van algemeen nut en dividenden.

### Andere commerciële activiteiten

	in mio euro				
	2002	2003	2004	2005	2006
Opbrengsten	4,3	3,0	3,1	4,9	8,1
Kosten	1,3	1,0	1,0	2,7	5,9
<b>Resultaat (+winst; -verlies)</b>	<b>+3,0</b>	<b>+2,0</b>	<b>+2,0</b>	<b>+2,2</b>	<b>+2,2</b>

Het resultaat van de commerciële activiteiten die geen voordeel halen uit de uitvoering van de publieke opdracht bedraagt 2,2 miljoen euro. Dit resultaat werd voornamelijk gerealiseerd via merchandising, hurgelden en verkoop entreekaarten.

Onder deze activiteiten valt ook de organisatie van evenementen door Line Extensions.

## Nettokosten van de publieke opdracht

in mio euro

	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Nettokost van de publieke opdracht</b>	<b>250,4</b>	<b>231,7</b>	<b>262,6</b>	<b>277,7</b>	<b>298,1</b>
Overheidssubsidies	255,2	248,1	256,4	269,6	283,2
<b>Verschil</b>	<b>-4,8</b>	<b>-16,4</b>	<b>6,2</b>	<b>8,1</b>	<b>14,9</b>
<b>Cumulatief verschil nettokost - overheidssubsidies;</b>	<b>-4,8</b>	<b>-21,2</b>	<b>-15,0</b>	<b>-6,9</b>	<b>8,0</b>

De evolutie van de totale nettokosten van de publieke opdracht weerspiegelt onze strategie om in de beginjaren van de lopende beheersovereenkomst reserves op te bouwen met het oog op de realisatie van de afgesproken performantiemaatstaven. Deze reserves dragen bij aan de kwaliteitsverbetering van de programmaschema's en de investeringen in nieuwe mediatoepassingen.

Vanaf het derde jaar van de beheersovereenkomst worden de reserves systematisch aangewend voor o.a. restyling, schemaversterkingen, investeringen in nieuwe media (vnl. internettoepassingen) en investeringen in de digitalisatie van de omroep (de Digitale Media - Fabriek).

Over de volledige duur van de beheersovereenkomst zullen de nettokosten van de publieke opdracht 8 miljoen euro hoger liggen dan de in dezelfde periode ontvangen overheidssubsidies. Er is met andere woorden geen overcompensatie.



## 5. Dochterondernemingen

### VAR

In 2006 was het marktaandeel van de VAR in het totaal van de advertentiebestedingen in Vlaanderen 10,6% (6,6% op radio en 4,0% op televisie).

Met de inkomsten uit radio, TV en commercialisering behaalde de VAR in 2006 een omzet van 82,9 miljoen euro en een resultaat na belasting van 3 miljoen euro.

### VRT-Lease

De VRTLease sloot af met een balanstotaal van 7.073.782 euro. Het negatieve resultaat van het boekjaar (-421.350 euro) wordt overgedragen naar het volgende boekjaar. Op 12 maart 2007 werd door de Raden van Bestuur van de NV VRT en de NV VRTLease beslist om over te gaan tot een fusie per 1 januari 2007.



## 6. Pensioenfondsen VRT

Het *Pensioenfonds Statutairen VRT* werd opgericht eind 1997. Het is belast met het beheer van de reserves voor het nakomen van de wettelijke pensioenen van de huidige en gewezen statutaire personeelsleden van de VRT en hun begunstigen. Het dekt ook de kostprijs van de overlevingspensioenen voor de echtgenoten van overleden VRT-werknemers. De doelstelling van het *Pensioenfonds Statutairen VRT* is om de beschikbare reserves te beheren zodat op lange termijn de financiering van de statutaire pensioenen kan gevrijwaard blijven. De Vlaamse Gemeenschap draagt door middel van een additionele dotatie bij tot deze financiering.

De contractuele werknemers vallen onder de pensioenregelingen van de private sector. Voor hen bestaat er sinds januari 2001 het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* dat voorziet in een aanvullende pensioenregeling (tweede pensioenpijler) en in een tegemoetkoming in geval van overlijden of invaliditeit. De VRT neemt integraal alle toelagen voor zijn rekening.

Beide fondsen voeren een professionele beheers- en beleggingspolitiek. De return die de pensioenfondsen behalen, is afhankelijk van de investeringspolitiek (dit is de lange-termijn activa-allocatie), de selectie van effecten en de markttiming.

In de loop van 2006 werden voor het *Pensioenfonds Statutairen VRT* een aantal reallocaties doorgevoerd om de verschillende activaklassen binnen de marges uit het beleggingsreglement te brengen. Er werd ook een overeenkomst afgesloten met twee nieuwe vermogensbeheerders. Aan het jaareinde vertegenwoordigen de aandelen 40%, de obligaties 43%, het vastgoed 14% en de liquiditeiten 2%. De return van het fonds is 12,5%. Sinds de start is de return 6,17%. Op 31 december 2006 bedragen de totale activa 400 miljoen euro.

Voor het *Pensioenfonds Contractuelen VRT* is de allocatie als volgt: de aandelen vertegenwoordigen 54% van de portefeuille, de obligaties vertegenwoordigen 30%, het vastgoed 12% en cash 4%. In 2006 is de return van het fonds 13,6%. Sinds de start is de return 6,14%. Op 31 december 2006 bedragen de totale activa 25 miljoen euro.

Kwaliteitsbeleid

De VRT streeft altijd hoge kwaliteit na in alles wat hij doet. Ook van de medewerkers wordt kwaliteit verwacht. Zo kunnen steeds betere programma's en diensten worden geleverd.

De Beheersovereenkomst 2002-2006 legt de nadruk op kwaliteit in verschillende domeinen:

- de mate waarin een programma voor de beoogde mediagebruikers de functie vervult die zij vervuld willen zien (functionele kwaliteit);
- de mate waarin wordt voldaan aan de opdrachten die door de verschillende overheden zijn geformuleerd (publieke kwaliteit);
- de morele en ethische eisen die aan de audiovisuele programma's worden gesteld (ethische kwaliteit);
- de mate waarin de beoogde programma's op een effectieve en efficiënte wijze tot stand komen (operationele kwaliteit);
- de eisen die de media-industrie stelt aan audiovisuele programma's, hun opbouw, hun formattering en hun audiovisuele uitvoering/taalgebruik (professionele kwaliteit).

## Functionele kwaliteit

### Diversiteit van het programma-aanbod en netwaarden

VRT-Radio wil alle Vlaamse luisteraars bereiken. Het aanbod is bereikbaar via alle relevante platformen en netwerken. De radionetten zijn maximaal aanwezig in de leefwereld van die mediagebruiker. Ze bieden een breed gamma aan programma's en diensten. VRT-radio is ook de kwaliteitsstandaard voor radio in Vlaanderen. De VRT-radionetten bleven in 2006 daarom streng waken over de kwaliteit op alle vlakken, via een systeem van interne kwaliteitsbewaking. Bestaande programma's en nieuwe voorstellen worden zorgvuldig getoetst aan de waardeprofielen van de netten. Screenings en evaluatierapporten worden altijd omgezet in concrete actiepunten.

De tv-netten van de VRT willen ook alle Vlaamse mediagebruikers bereiken. De omroep doet dat in de eerste plaats met een net (Eén) dat gericht is op het brede publiek. Eén speelt een belangrijke

rol voor de openbare omroep in de verspreiding van nieuws en informatie. Het wil hiermee zo veel mogelijk Vlamingen bereiken. Daarom omkadert Eén zijn nieuws- en duidingsprogramma's met human interest, reality, entertainment en fictie. Canvas speelt in op de behoeften van de meerwaardezoeker en de actieve ontdekker. Canvas heeft een grote diversiteit aan programma's. Het net brengt informatie en duiding, debat, gesprekken, cultuur, geschiedenis, wetenschap, sociaal-maatschappelijke kwesties, exploratie, reizen, quiz, satire, absurde humor, comedy en gelaagde fictie. Ketnet biedt een generalistisch aanbod voor de kinderen. Het net is sinds april 2006 ingedeeld in drie zones. Er is een peuterzone (K'tje van Ketnet) gericht op fantasie en veiligheid, een zone voor jonge kinderen (Ketnet) gericht op creativiteit, fantasie en avontuur en een tienerzone (NT) gericht op het ontdekken van de wereld van de volwassenen en de ontwikkeling van een eigen identiteit. Uit onderzoek is gebleken dat de vernieuwing de positie van Ketnet heeft versterkt en verbreed.

## Onderhouden van de publieksband

Door marktonderzoek is de VRT op de hoogte van de profielen, het mediagebruik en de tijdsbesteding van de mediagebruikers. Tegelijk worden nieuwe en bestaande programma's regelmatig getest en geëvalueerd. Al deze informatie gebruiken de VRT-netten maximaal in de samenstelling van hun zendschema's.

Eén bouwde zijn uitzendschema op via vaste afspraken met de kijker. Zo werd *Het Journaal van 19 uur* omkaderd met een horizontale programmering van programma's als *Blokken*, *Man bij hond*, *Thuis* en *docufictie*. Het primetimeblok werd afgesloten met programma's die hun waarde hebben bewezen, zoals *De laatste show* en *De tabel van Mendelejev*. De vrijdagavond stond bij Eén in het teken van muziek- en entertainment, de zaterdagavond was er humor en quiz en de zondagavond bracht entertainment, humor en kwaliteitsvolle Vlaamse fictie.

Canvas hield vast aan een strak uitzendschema. Zo kon het net vaste afspraken met de kijker opbouwen. Inbreuken in het programmaschema gebeurden in 2006 alleen als de actualiteit daartoe



aanleiding gaf. Sommige sportinterventies waren afhankelijk van de prestaties van de Belgische sportlui (tennis, atletiek).

Ketnet vond een betere aansluiting bij zijn diverse doelpubliek door voor elke leeftijdsfase een apart aanbod te creëren.

VRT-radio onderhield in 2006 een goede band met zijn verschillende doelpublieken. De VRT-netten deden dat met een kwalitatief sterk en gevarieerd aanbod. De netten zelf bleven goed geprofileerd en waren complementair aan elkaar.

De VRT houdt zijn radio-aanbod zo maximaal mogelijk toegankelijk voor de Vlaamse mediagebruiker. Dat betekent dat hij op alle relevante platformen en netwerken zijn radionetten brengt. Hij doet

dat aan de hand van een brede waaier aan programma's en diensten, die worden aangevuld met en ondersteund door sterke communicatiecampagnes.

**Met evenementen of festiviteiten onderhielden alle netten een goede band met hun publiek.**

Met evenementen of festiviteiten onderhielden alle netten een goede band met hun publiek.

De behandeling van klachten door de VRT verliep in 2006 efficiënter dan vroeger. Dat verhoogde de tevredenheid bij de mediagebruiker en leverde ook meer relevante informatie op voor de programmamakers.

## Netwaarden

- Radio 1 biedt een venster op de wereld. Het net wil de luisteraar laten ontdekken en zijn kennis verruimen. De brede actualiteit vormt de basis van de dagelijkse programmering. Nieuws en duiding worden aangevuld met sport, humor, human interest, muziek, lifestyle en cultuur. Radio 1 is er voor de luisteraar die meer wenst te weten en die zijn identiteit wil verruimen en verdiepen.
- Radio 2 staat dicht bij zijn luisteraars door warm, gezellig, vriendelijk en sympathiek te zijn. Om dat te bereiken maakt het net programma's in de verschillende Vlaamse regio's en

heeft het programma's met actualiteit uit de regio. Radio 2 bereikt een breed publiek met ontspanning, melodieuze en populaire muziek en regionale informatie.

- Donna is hitradio. Het net gaat complexloos, dynamisch, spannend, vrijgevig en goedgeluimd om met zijn luisteraars. Donna doet dat met hits, ontspannende programma's en actuele informatie.
- Studio Brussel werkt vanuit zijn motto *Life is Music*. Muziek staat centraal in zijn programmering. Het net wil eigentijds, ad rem, relativerend en vernieuwend zijn. Studio Brussel wordt ervaren als smaakmaker, trendspotter en trendsetter.
- Klara is het cultuurnet van VRT-radio. Het net is deskundig, betrouwbaar en stijlvol. Het is het referentiemerk in Vlaanderen voor de cultuurluisteraar. Het net besteedt veel aandacht aan de Vlaamse identiteit en is prominent aanwezig in het Vlaamse cultuurleven.
- Radio Vlaanderen Internationaal (RVI) is er voor de Vlamingen in het buitenland. Zij krijgen elke dag nieuws uit Vlaanderen. Het aanbod van RVI kan altijd en overal op radio en via het internet bekeken en beluisterd worden.
- Eén wil de mediagebruiker toonaangevend informeren en ontspannen en hem signaleren over cultuur en algemene kennis meegeven. Daarom wil het net optimistisch, entertainend, verbindend, verhalend en af en toe een beetje gek zijn. Onder het motto *Alles begint bij Eén* wil het net de vaste waarde zijn voor goede televisie met kwaliteitsvolle programma's, met een mix van authentieke, echte emoties.
- Het vernieuwde Canvas (gestart op 24 oktober 2005) maakte zijn netprofiel helderder. In 2006 ging de aandacht naar de diversiteit tussen de programma's en de ontdekking van nieuwe, gedurfde horizons. Naast de kernwaarden van Canvas (stimuleert, met klasse, alert, ruim, gelaagd en durf) zijn er vier 'bouwstenen' waaraan de Canvas-programma's zoveel mogelijk moeten voldoen. Het gaat om sterke verhalen, kritische meerwaarde, alertheid en verrassende creativiteit.
- Aan de algemene Ketnetwaarden werd in 2006 niet geraakt. Ketnet blijft speels, echt, onder vrienden, fantastisch, avontuurlijk en veilig. Bij K'tje van Ketnet ligt de nadruk op veilig en fantastisch en bij NT van Ketnet op echt en onder vrienden.

	<b>WAT doet het net voor de mediagebruiker?</b>	<b>HOE zijn de karaktertrekken van het net?</b>	<b>WAAROM? De centrale waarden.</b>
	Toonaangevend Toegankelijkheid Geloofwaardigheid Alertheid	Nieuwsgierig Volwassen Uitnodigend Onafhankelijk	Meerwaarde Zelfrealisatie
	Betrokkenheid Regionale affiniteit Collectief geheugen Bereikbaar maken/zijn Multigenerationaliteit	Warm-menselijk Vertrouwd Ervaren Authentiek	Vertrouwen Veiligheid Zekerheid Verbondenheid
	Onthaasting Cultuurbeleving Ontdekken Kennis van zaken	Volwassen Stijlvol Aansprekend Ruimdenkend	Verrijken Genieten
	Trendspottend Non-conformisme Dynamisch Zichzelf heruitvindend	Vernieuwend Inspirerend Relativerend Alert Verrassend	Mee zijn Samen anders zijn
	Goed gevoel Toegankelijk Bij de tijd Sociaal gevoel	Pro Verleidelijk-ontwapenend-zelfrelativerend Homogeen maar met kleur	Verbondenheid Goed gevoel Donna plugt je in
	Overzichtelijk nieuws Functionele service Informeert over Vlaanderen Wereldwijd contact	Betrouwbaar Integer Objectief Vertrouwd	Band met Vlaanderen -onderhouden -opbouwen
	Ontspannen Informeren Cultuur en educatie Toonaangevend	Magisch Optimistisch Entertainend Verbindend Verhalend En af en toe een beetje gek	Respectvol Authentiek Betrouwbaar Toegankelijk Herkenbaar Open
	Informeren Cultuurbeleving Ontdekken Kennis van zaken	Verrassende creativiteit Kritische meerwaarde Alertheid Sterke verhalen	Stimuleert Met klasse Alert Ruim Gelaagd Durf
	Eigentijds Pedagogisch verantwoord Kwaliteit Informeren Ontspannen	Verhalend Optimistisch Toekomstgericht Creatief	Speels Echt Onder vrienden Fantastisch Avontuurlijk Veilig

## Innovatietrajecten

Radio 1 startte in september 2006 met een intensief innovatietraject. Bij de vernieuwing van Radio 1 wordt gewerkt aan: (a) een open programmering die nieuwsgedreven is en ruimte biedt aan sportverslaggeving, (b) een gecoördineerde en geïntegreerde programmering, (c) een duidelijke en herkenbare muzieklijn en (d) het zetten van een nieuwe toon en vormgeving. Ook de samenwerking met Canvas staat centraal in de opbouw van de vernieuwde Radio 1.

Donna startte in het najaar van 2006 met een actieplan om de weringskracht van het merk te verstevigen. Het net wil een voldoende sterk publiek alternatief blijven bieden voor het aanbod van de commerciële radiozenders. Die omroepen focussen immers op dezelfde doelgroep als Donna, op de liefhebbers van hitgevoelige muziek.

Eén wil zo goed mogelijk inspelen op de nieuwe verwachtingen van de mediagebruiker. In september 2006 werd *Alles begint bij Eén* de baseline van het net. Daarmee legt het net de focus op zijn hoofdopdracht: goede televisie maken die garant staat voor authentieke emoties. Dat werd doorgetrokken in de programmering en ondersteund met een nieuwe imagocampagne. Een projectgroep startte met het herdenken van de styling van Eén. De implementatie ervan volgde op 1 januari 2007.

Canvas focuste in 2006 sterk op de vernieuwing van de eigen producties. Zo kwamen er nieuwe programma's over geschiedenis (*Keerpunt* en *Mémoires*), wetenschap (*Marathon*) en "een diepgaand gesprek" (*Waarvan akte* en *Nooitgedacht*).

De VRT lanceerde op 1 april het vernieuwde Ketnet. Dat kwam er na een intensief innovatietraject dat uitging van kwantitatief en kwalitatief onderzoek. Het traject mondde uit in een Ketnet met drie zones: K'tje van Ketnet, Ketnet en NT van Ketnet. Elke zone heeft zijn eigen "look & feel", stijl en website. Verschillende nieuwe programma's en presentatoren werden voorgesteld. In het najaar van 2006 werd een vervolgonderzoek gehouden door TNS-Media. Daaruit bleek dat Ketnet zijn positie in de markt had versterkt en verbreed.

Alle netten hadden veel aandacht voor de crossmediale projecten (*Media Morgen*, *Monumentenstrijd*, ...) van de omroep.

Het nieuwsproject is verder uitgewerkt. In het voorjaar van 2007 zullen de oude nieuwsdiensten van radio, tv en online opgaan in een eengemaakte nieuwsdienst.

**Alle netten hadden veel aandacht voor de crossmediale projecten van de omroep.**

## Afstemmen zendschema op de mediagebruiker

In 2006 werd door de VRT onderzoek verricht naar de wensen, kennis en percepties van de Vlaming over de nieuwe media. (zie p. 47) De omroep ging van start met een nieuwsbrief voor zijn medewerkers waarin wordt ingegaan op media- en maatschappelijke trends.

Om voldoende te kunnen inspelen op de wijzigingen in de behoeften van de mediagebruikers, wordt elk VRT-net permanent vernieuwd. Die interne dynamiek komt tot uiting in de vernieuwing van bestaande programma's, de invoering van nieuwe programma-concepten, gelegenheidsprogramma's (11 juli, de eindejaarsperiode, ...), inhoudelijke en vormelijke vernieuwing van de ondersteunende websites, nieuwe multimediale initiatieven, nieuwe interactieve toepassingen, muziekuitwisseling met EBU-leden, eigen studio-opnames, ...

Via marktonderzoek blijft elk net op de hoogte van het media-gebruik en de tijdsbesteding van de mediagebruiker. Tegelijk worden nieuwe en bestaande programma's getest met het oog op een optimale programmering.

## Onderzoek naar waardering

De waarderingscijfers zijn voor de VRT een belangrijke indicator bij de evaluatie van programma's. Ook brieven, telefoontjes en e-mails van mediagebruikers geven een indicatie van hoe het aanbod van de VRT gewaardeerd wordt.

De waardering voor tv-programma's bleef hoog. Alle performantiemaatstaven werden gehaald:

- De informatie- en duidingsprogramma's hadden samen een gemiddelde waardering van 76%. Uitgesplitst betekent dat: *Koppen* 76%, *Koppen Justitie* 76%, *Ter Zake* 76%, *De zevende dag* 75%, *Villa politica* 76% en *Panorama* 79%.
- 698 uitzendingen vielen onder de noemer fictie. Gemiddeld haalden zij een waardering van 78%.
- De ontspanningsprogramma's haalden een waardering van 78%. Er werden hiervan 955 uitzendingen verzorgd.
- De cultuurprogramma's op de VRT-televisienetten kregen een waardering van 77%.
- De educatieve programma's op de VRT-televisienetten haalden een waardering van 80%.

De hoogste waardering voor Canvasprogramma's werd gegeven aan een aflevering van *Himalaya with Michael Palin* (9,0), een aflevering van *Spraakmakers* (8,8), een aflevering van *De Canvascrack* (8,7), een aflevering van *Rare Streken* (8,6) en een aflevering van *Over leven* (8,6).

**De waardering voor tv-programma's bleef hoog.**

De hoogste waardering voor Eén-programma's werd gegeven aan een aflevering van *Flikken* (8,6), een aflevering van *Alles kan beter* (8,5), een tenniswedstrijd in het kader van de Federations Cup (België – Rusland) (8,5), een aflevering van *Half uur natuur* (8,5) en een aflevering van *Vlaanderen Vakantieland* (8,5).

## Prijzen en nominaties

- *De Dexia persprijs* voor *Waar is Marie-Claire?* (Radio 1)
- *Ake Blomström Award* voor *Zus en Zoo* (documentaire in *Alaska*, Radio 1)
- *De publieksprijs* op het *Wereldaudiofestival* voor *De clochard, moord als fait divers* (Radio 1).
- Er waren nog drie andere nominaties voor de VRT op het *Wereldaudiofestival*: in de categorie *reportage* met een bijdrage over de hulpverlening na de aardbeving in Kashmir en een bijdrage over Indonesië en in de categorie *kort nieuwsitem* met een verslag over de redding van Afrikaanse bootvluchtelingen bij Gran Canaria.
- *Prijs van erkentelijkheid* op *De Gouden Klaproos* van *Sabam/BAP België* voor *De Eregalerij* (Radio 2).
- *De Gouden Shot* van CultuurNet Vlaanderen op de *Dag van de cultuurcommunicatie* voor de "strafste cultuurcommunicatie" aan *Klara's Radioboeken* (in samenwerking met het Vlaams-Nederlands Huis De Buren).
- *De radiopersoonlijkheid van het jaar 2006* van *Radiovisie* voor *Peter Van de Veire*
- *De prijs voor radiostunt 2006* van *Radiovisie* voor *Music for life* (Studio Brussel)
- *De prijs voor beste presentatrice* van *Radiovisie* voor *Roos Van Acker*
- *De prijs voor favoriete 'radiobabe'* van *Radiovisie* voor *Evy Gruyaert*
- *De prijs voor de beste radiowebsite* van *Radiovisie* voor *Stubru.be*
- *Karrewiet* werd genomineerd voor de *Persprijs van de Vlaamse Gemeenschap*
- *Prijs* op het *World Media Festival* in de categorie *documentaires* voor *Perestroika Kids* in *Panorama* (Canvas)
- *De Persprijs Dexia Bank* in de categorie *televisie* voor *Heizel 1985, golden goal, requim voor een cupfinale* (Canvas)
- Speciale vermelding van de jury van *Vues d'Afrique* voor *Mijn Congo* in *Kwesties* (Canvas)
- *Eenmalige prijs voor het collectief geheugen* van *Teveblad* voor *FC De Kampioenen* (Eén)
- *De Telenet-publieksprijs voor beste televisiereeks op het Europees filmfestival van Brussel* voor *Witse* (Eén)
- *SACD-prijs voor beste televisiescenarist op het Europees filmfestival van Brussel* voor *Rik D'Hiet* (onder meer scenarist van *Flikken* – Eén)
- *Award for scientific merit* op *Scinema* voor *De sprekende ster van Over leven* (Canvas)
- *Eerste prijs* op *Tourfilm 2006* voor *In het spoor van Mozart* van *Vlaanderen Vakantieland* (Eén)
- *Speciale prijs van de jury op het Festival International de l'Emission Scientifique de Télévision* voor *Gebonden benen van Over leven* (Canvas)



- *Cresta Award* van *Creative Standards International* in de categorie televisie voor de spots *Fitness*, *Pedalo* en *Kantoor* voor *Studio 1* (Eén)
- *De auteursprijs van het Belgisch Comité van de auteursvereniging SCAM* in de categorie audiovisuele documentaire voor *Bram Van Paesschen* (voor *World of blue. Land of O. in De wereld van Tarantino* van Canvas)
- *Eerste prijs op het Festival international du scoop et du journalisme* in de categorie documentaires voor *EPO, de gestolen zege van Over leven* (Canvas)
- *De HA!* van *Humo* voor *Terug naar Siberië* (Eén)
- *De Vlaamse medialeeuw* van *De Vlaamse club van Kunst, Wetenschap en Letteren* voor Eén
- *Prijs voor het beste jeugdprogramma van de Vlaamse Gemeenschap* voor *Bumba* (Ketnet)
- Nominaties voor *de prijs van de Radio- en Televisiekritiek van de Vereniging van de Vlaamse Radio- en Televisiepers* in de categorie jeugd voor *Bumba*, *Karrewiet* en *Sprookjes* (alle Ketnet)
- Nominatie voor *de prijs van de Radio- en Televisiekritiek van de Vereniging van de Vlaamse Radio- en Televisiepers* in de categorie televisie voor *Het Bourgondisch complot* (Canvas)
- Nominatie voor een *Gouden Roos* op het *Europese festival voor amusementsprogramma's* in de categorie *reality show* voor *Fata Morgana* (Eén)
- Nominatie voor een *Gouden Roos* op het *Europese festival voor amusementsprogramma's* in de categorie *Social Awareness* voor *Fata Morgana* (Eén)
- Nominatie voor een *Gouden Roos* op het *Europese festival voor amusementsprogramma's* in de categorie *Game show* voor *De thuisploeg* (Eén)
- Nominatie voor de *Prix Jeunesse* voor *Zeepkistenrace* van KetnetKick (Ketnet)
- Nominatie voor *De prijs van het International science film festival van het Centre of applied Industrial Design* in de categorie *genetica* voor *Het geval Beke* van *Over leven* (Canvas)
- Nominatie voor *De prijs van het International science film festival van het Centre of applied Industrial Design* in de categorie *sport* voor *Het geval Beke* van *Over leven* (Canvas)
- Nominatie voor de *Prix Europa* in de categorie *current affairs* voor *Het geval Beke* van *Over leven* (Canvas)
- Nominatie voor *De eerste prijs op Memorimage* voor gebruik archiefmateriaal voor *Daskalides, de zoetste Belg* van *Histories* (Canvas)
- Nominatie op *Docpoint festival* in de categorie *jeugddocumentaires* voor *My Buddy* (Ketnet)
- Nominatie voor *De eerste prijs op het Europees Jeugdfilmfestival van Vlaanderen* in de categorie *jeugddocumentaires* voor *My Buddy* (Ketnet)
- Nominatie voor de *BVN-prijs* voor *Zo is er maar één* (Eén)
- Nominatie voor *De eerste prijs* op het *One world festival Tsjechië* over de mensenrechten voor *My Buddy* (Ketnet)
- Nominatie voor *De eerste prijs* op het *One world festival Slovakije* over de mensenrechten voor *My Buddy* (Ketnet)
- Nominatie voor *De eerste prijs* op het *Festival A nous de voir / Science et cinéma* voor *Het geval Beke* van *Over leven* (Canvas)
- Nominatie voor *Premio Ilaria Alpi* in de categorie *reportage* voor *Dodenweg in Irak* van *Koppen* (Eén)
- Nominatie voor de *Prix Europa* in de categorie *internet* voor de website [www.16plus.be](http://www.16plus.be)
- Nominatie voor *De gouden klapproos* van de *Vrienden van Sabam* en de *Belgische Artiesten* in de categorie *media* voor *De rode loper* (Eén)
- Nominatie voor de *Prijs van het Reclamefestival van Cannes* in de categorie *beste tv-commercial* voor de lanceringsspot van *Studio 1* (Eén)
- *De tweede plaats* van de *Cinema & Radio Advertising Awards* van de *New York Festivals* voor de *spot naar aanleiding van de operaweek op Klara*
- *Een derde plaats* van de *Cinema & Radio Advertising Awards* van de *New York Festivals* in de categorie *Media Promotie TV* voor de *DAB-promotiespots op het tenniscourt en in de opera*
- *Een derde plaats* van de *Top Topical Awards* van de *Belgische dagbladuitgevers* voor de *Burka-campagne* (Radio 1) van *Duval Guillaume Brussels*
- *De gouden award* van de *Creative Club of Belgium* in de categorie *cinema* voor de *spot De Leeuw* (Radio 1) van *Duval Guillaume Brussels*
- *Een nominatie* voor *De gouden award van Creative Club of Belgium in de categorie 'special graphic audiovisual'* voor de *tv-spot rond Big Bang* (Radio 1)
- *De Zorra-publieksprijs van het Centrum voor Vrouwenstudies* voor de meest vrouwvriendelijke en/of roldoorkruisende reclame voor de *spot Het beste kookteam* van Radio 2
- *De European Print Cristal* van *Méribel* in de categorie *media* voor de reclamecampagne van *Mankell* (Canvas) door *Duval Guillaume Brussels*

## Trendwatching

Voor een mediabedrijf is het belangrijk om kennis te hebben van de belangrijkste maatschappelijke en sociologische trends en daar snel op in te spelen. Met een nieuwsbrief (Inovuit) worden de programmamakers op de hoogte gehouden van maatschappelijke veranderingen en veranderingen in de mentaliteit en de behoeften van de mediagebruikers.

Carl Rohde is een trendwatcher en een coolhunter. In zijn project *Sign of the Times* speurt hij naar veranderingen in de maatschappij. Tijdens een sessie op de VRT gaf Rohde zijn visie op trends en bewegingen bij jongeren en senioren.



Carl Rohde

## Taalgebruik

In 2006 was het taalgebruik een van de aandachtsgebieden van het kwaliteitsproject bij VRT-televisie. Het resultaat is een vernieuwd Taalcharter dat acht jaar na zijn verschijning in een opgefriste vorm opnieuw aan de VRT-medewerkers bezorgd is. Het Taalcharter is strenger geworden. De normen gelden nu voor iedereen die bij de VRT naar buiten treedt. Ook voor fictie geldt de standaardtaal als norm en moet het gebruik van tussentaal en dialect verantwoord worden.

**De standaardtaal geldt als norm. Het gebruik van tussentaal en dialect moet verantwoord worden.**

Bij de televisie heeft elk net, de sportredactie en de nieuwsredactie een taalcoördinator aangesteld, die als contactpersoon met de taaladviseur fungeert. Elke taalcoördinator zal in 2007 samen met de taaladviseur een taalprofiel voor zijn net of redactie opstellen. Samen met de radiodirectie en de verkeersredactie lichtte de taaladviseur in 2006 de vorm en de formulering van de verkeersberichten door en verbeterde die.

De VRT legt een elektronische taaldatabank aan en actualiseert die permanent. Het onderdeel *Taalkwesties* bevat nu ruim 3.200 pagina's. Ook de spellingbank is aanzienlijk uitgebreid, tot ongeveer 7.000 pagina's. In 2006 is VRTtaal.net door ruim 825.000 unieke bezoekers geraadpleegd (tegenover 36.000 in 2001). Gemiddeld bezochten 2.261 unieke bezoekers per dag de website. Op VRTtaal.net zijn nu drie RSS-kanalen<sup>74</sup> beschikbaar: nieuwe taalkwesties, Taalmail en Juist!. De Taalmail blijft een groot succes. Hij gaat naar 2.300 VRT-medewerkers en 11.000 belangstellenden buiten de VRT. Het aantal externe abonnees is met bijna 5.000 gestegen sinds de lancering van VRTtaal.net in 2005.

<sup>74</sup> RSS staat voor Really Simple Syndication en zorgt ervoor dat de jongste updates van een website kunnen gezien worden zonder naar de pagina te moeten surfen. Met een apart programma of een website die de RSS-datastroom leest, kunnen titels en publicatietijdstippen van berichten gebundeld worden in één computervenster.

## Publieke kwaliteit

### Universaliteit en complementariteit

De VRT moet met zijn netten een zo groot mogelijk publiek bereiken en aan de mediabehoefte van dat publiek voldoen. Doordat de VRT niet onderhevig is aan de beperkingen die de reclame-industrie oplegt (waardoor de commerciële omroepen vooral focussen op de doelgroep van de 18- tot 55-jarigen), kan de VRT alle Vlamingen aanspreken, ongeacht leeftijd, geslacht en afkomst.

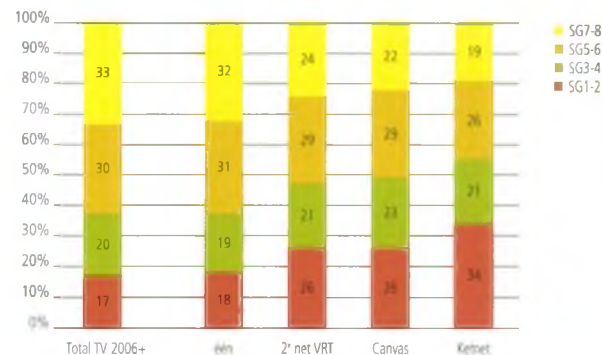
Eén wil zoveel mogelijk Vlamingen bereiken met een divers aanbod aan informatie, cultuur, sport, educatie, fictie, humor en ontspanning. Het profiel van Eén sluit nauw aan bij het algemene profiel van televisiekijkend Vlaanderen. Het Eén-publiek is evenwichtig verdeeld over alle sociale groepen heen.

Canvas wil met een gediversifieerd aanbod in 2006 het brede publiek bereiken. Het net deed dat zonder de meerwaardezoeker af te schrikken. Ketnet richt zich tot alle -12-jarigen in Vlaanderen. Het net biedt een universeel totaalaanbod in drie zones (4-5 jaar, 6-9 jaar en 10-12 jaar) om zo goed mogelijk aan te sluiten bij elke leeftijdsgroep. Bij Canvas/Ketnet zijn de hoogste sociale groepen sterk vertegenwoordigd: bijna 26% van de Canvas/Ketnetkijker behoort tot de sociale groepen 1 & 2 (gemiddeld is dit 17%). Toch slaagt Canvas/Ketnet er in alle lagen van de bevolking te bereiken.

Uit de (jaarlijkse) complementariteitsanalyse van de VRT-studiedienst blijkt dat de vijf binnenlandse VRT-radionetten (Radio 1, Radio 2, Klara, Donna en Studio Brussel) samen in 2006 de hele samenleving in al haar sociodemografische facetten blijven bereiken. De netten onderscheiden zich qua geslacht, leeftijd, beroep en opleiding. Als men de netprofielen combineert, vullen ze elkaar aan. Alle lagen van de bevolking kunnen zich in het totale VRT-radio-aanbod terugvinden.

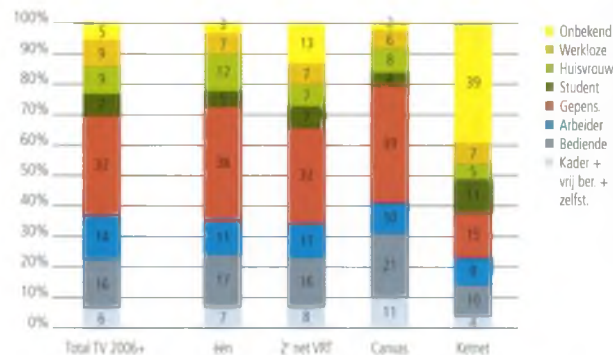
In bijgaande grafiek zijn per net de profielen opgenomen. Daarin wordt elk net per variabele gequoteerd. Per variabele is het totaal voor elk net gelijk aan 100%.

Profiel van de VRT netten volgens Sociale Groep in 2006



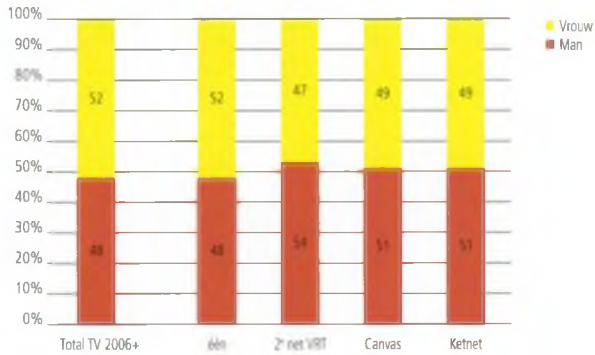
Bron: CIM/Audiometrie en VRT-Studiedienst

Profiel van de VRT netten volgens beroep in 2006



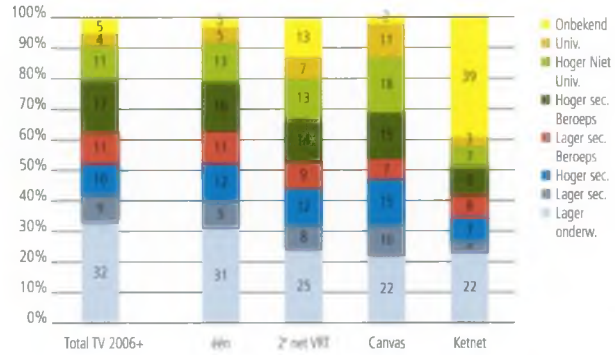
Bron: CIM/Audiometrie en VRT-Studiedienst

Profiel van de VRT netten volgens geslacht in 2006



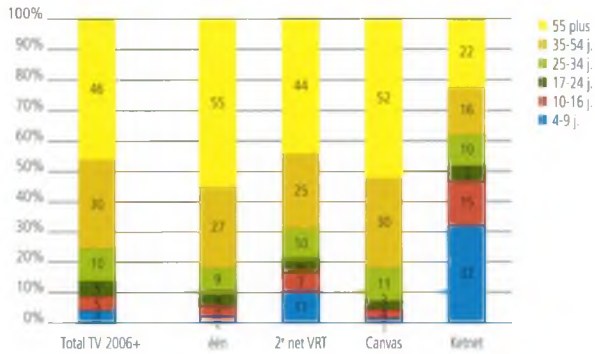
Bron: CIM/Audiometrie en VRT-Studiedienst

Profiel van de VRT netten volgens opleidingsniveau in 2006



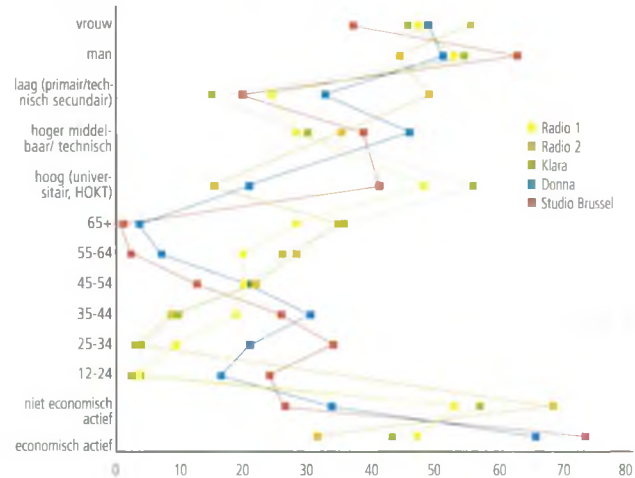
Bron: CIM/Audiometrie en VRT-Studiedienst

Profiel van de VRT netten volgens leeftijd in 2006



Bron: CIM/Audiometrie en VRT-Studiedienst

Profiel van de VRT radionetten volgens socio-demografische groep in 2006



Bron: CIM-Radiostudie en VRT-Studiedienst



## Informatieopdracht

De kernopdracht van een openbare omroep is het verstrekken van onafhankelijke en waarheidsgetrouwe informatie. Op radio, tv en online informeert de VRT de Vlaamse mediagebruiker uitgebreid, onpartijdig en te goeder trouw. De nieuwsdiensten respecteren ten allen tijde een aantal basiswaarden: betrouwbaar, onafhankelijk, onpartijdig, respectvol, toonaangevend, snel en toegankelijk. Door zijn onafhankelijke positie is de VRT de enige mediaspeler die steeds onafhankelijke en waarheidsgetrouwe informatie kan garanderen.

Het VRT-redactiestatuut bepaalt hoe de journalisten kunnen werken. Anderzijds zijn de journalisten ook onderworpen aan een deontologische code. Alle programma's van de nieuwsdiensten vallen onder de verantwoordelijkheid van de hoofdredacteurs. Het onderscheid tussen informatie- en duidingsprogramma's enerzijds en andere programma's anderzijds wordt steeds duidelijk aangegeven.

## Ethische kwaliteit

### Onpartijdigheid en waarheidsgetrouwheid

Alle VRT-netten zijn in al hun informatieprogramma's onpartijdig en objectief. De VRT volgt daartoe de journalistieke deontologie voor alle informatieprogramma's strikt op. Hij staat er op dat de opgelegde richtlijnen steeds worden toegepast: het redactiestatuut<sup>75</sup>, de deontologische code<sup>76</sup>, de richtlijn over de aanwezigheid van politici in info- en entertainment<sup>77</sup>, de richtlijn voor non-fictieprogramma's<sup>78</sup> en de richtlijn over co-commentatoren en centrale gasten in sportprogramma's<sup>79</sup>.

*Karrewiet* lijkt niet op een klassiek informatief programma omdat het sterk afgestemd is op een jonge doelgroep. Het valt echter wel onder de verantwoordelijkheid en hoofdredactie van de VRT-nieuwsdienst. Het programma past de deontologische afspraken betreffende onpartijdigheid en betrouwbare berichtgeving strikt toe.

De journalistieke integriteit van Koen Fillet in het programma *Marathon* werd in 2006 in twijfel getrokken. Hij had in interviews immers de mogelijkheid van zijn deelname aan de marathon van New York volgehouden terwijl hij eigenlijk geblesseerd was en al wist dat hij niet zou kunnen deelnemen. De VRT heeft in een verklaring de keuze en de aanpak van de programmamakers verdedigd. De omroep heeft er wel lessen uit getrokken voor de toekomst.

*Keerpunt* (geen programma van de VRT-nieuwsdienst, maar van de Canvas-geschiedenisredactie) werd in 2006 geprezen voor zijn objectiviteit ondanks de moeilijke oefening naar het vinden van juiste politieke evenwichten.

## Gelijkwaardigheid en verantwoordelijkheid

Elke medewerker wordt door de VRT op een gelijkwaardige en billijke manier behandeld. Iedereen heeft gelijke kansen bij de uitoefening van zijn functie en bij de opbouw van zijn loopbaan binnen de VRT. Tegelijk worden de medewerkers ervan bewust gemaakt dat ze hun verantwoordelijkheid ten aanzien van de onderneming moeten opnemen door zo goed mogelijk de hun toegewezen opdrachten uit te voeren. Op die manier is het mogelijk dat de doelstellingen van elke medewerker en van de VRT worden behaald.

## Diversiteitsbeleid

De VRT werkte in 2006 verder aan de ontwikkeling van zijn diversiteitsbeleid. De omroep focuste enerzijds op de diversiteit in de beeldvorming en anderzijds op het aantrekken van talent uit alle bevolkingsgroepen.

In de eerste plaats werd de nadruk opnieuw gelegd op etniciteit. Aan de hand van algemene workshops en specifieke vormingen leerden de VRT-medewerkers kennis rond diversiteit en intercultuur te introduceren in de programma's. Op een ontmoetingsdag wisselden programmamakers en journalisten van gedachten met experts van allochtone origine.

<sup>75</sup> Het redactiestatuut biedt waarborgen voor de journalisten zodat ze onafhankelijk van commerciële, politieke, particuliere en groepsbelangen kunnen werken.

<sup>76</sup> De deontologische code geeft aan wat de verplichtingen zijn van elke VRT-journalist.

<sup>77</sup> De richtlijn over de aanwezigheid van politici in info- en entertainment geldt voor interne producties en de producties van de productiehuizen.

<sup>78</sup> De richtlijn voor non-fictieprogramma's geeft aan hoe de VRT zijn waarden in de praktijk wil omzetten. Ze geldt voor interne en externe producties.

<sup>79</sup> De richtlijn over co-commentatoren en centrale gasten in sportprogramma's moet helpen voorkomen dat personen die in opspraak gekomen zijn voor strafbare sportgebonden feiten een spreekbuis krijgen.

De Cel diversiteit van de VRT verleende rond diversiteit in de beeldvorming permanent advies en ondersteuning. Een uitgebreid netwerk van contacten met allochtone gemeenschappen en organisaties werd de voorbije jaren opgebouwd. De contactgegevens zijn een belangrijke hulp van de programmamakers geworden om de diversiteit in hun programma's te verhogen en te verzekeren.

Dankzij de inbreng van de Cel diversiteit kon de VRT de beeldvorming van minderheidsgroepen gepast ondersteunen. Dit kwam onder

andere tot uiting door het opnemen van diversiteit in nieuwe programma's en een zichtbare rol te geven aan personen uit een minderheidsgroep in bestaande programma's. Zo was er onder meer in *Thuis* (Eén) de uitbreiding van de verhaallijnen met etnisch-culturele minderheden en de deelname

### **De VRT ondersteunt de beeldvorming van minderheidsgroepen.**

van een persoon met een handicap (een dove kandidaat) aan *1 jaar gratis* (Eén).

De initiatieven rond de instroom van jong allochtoon talent werden in 2006 voortgezet en uitgebreid. De VRT organiseerde stage-opleidingen, kennismakingsstages en 'snuffelnamiddagen' voor jonge allochtonen. Sinds juni 2006 is een mediabrochure online te vinden op vrt.be. De brochure is gericht naar alle geïnteresseerden die een baan zoeken in de media en bij de VRT in het bijzonder. Toch heeft het initiatief ook de specifieke bedoeling om jongeren van allochtone origine aan te spreken. Daarnaast werd van start gegaan met een acteursopleiding voor allochtoon acteer-talent. Dit initiatief past in het kader van het MIRA-project<sup>80</sup>. De Cel diversiteit werkt hiervoor onder meer samen met een filmatelier (Flying Carpet) en een projectontwikkelaar op socio-cultureel vlak (vzw De Overmolen).

Voor personen met een handicap leverde de VRT nieuwe inspanningen. Zo wordt sinds 1 december 2006 75% van alle VRT-tv-programma's ondertiteld. Dat staat gelijk met 50% van alle Nederlandstalige programma's.

## **Aandacht voor slechthorenden en slechtzienden**

De VRT heeft in 2006 zijn inspanningen voor slechthorenden nog opgevoerd. Op 1 december 2006 werd reeds de helft van de Nederlandstalige programma's via Teletekst ondertiteld. De VRT zal zijn inspanningen de komende jaren voort zetten, zodat tegen eind 2010 95% van de Nederlandstalige programma's ondertiteld zal zijn.

Qua beeldvorming van de slechthorenden droegen de VRT-netten ook bij in hun reguliere programma's. Daarnaast werd aan deze groep af en toe speciale aandacht besteed, zoals in *1 jaar gratis* (Eén), waarin een dove kandidaat meedeed.

Voor alle VRT-websites streeft de VRT naar een zo goed mogelijke toegankelijkheid voor mensen met een functiebeperking. Door het toepassen van de aanbevelingen van AnySurfer (waarmee de VRT samenwerkt) probeert de openbare omroep voor slechtzienden een kwaliteitsvol online-aanbod te verstrekken. K'tje van Ketnet is op de website volledig auditief ondersteund.

In 2006 werden acties georganiseerd om de toegankelijkheid van VRT-evenementen voor personen met een handicap te verbeteren. Zo werd voorafgaand aan Flikkendag een speciale *Flikken 4 Specials* aangeboden aan mensen met een functiebeperking en hun begeleiders. Radio 2 betrok in 2006 verschillende experts bij de voorbereiding van zijn evenementen. Dat leidde ertoe dat meer mensen met een handicap konden meegenieten van de Radio 2-acties.

## **Aandacht voor het welzijn van kinderen en jongeren**

Eén zorgde voor een optimale invulling van de 'familie-momenten'. Het net deed dat met programma's die zowel ouders als kinderen aanspreken, zoals *FC De kampioenen*, *Dieren in nesten* en *Het leven zoals het is ...Planckendael*. In het uitzendschema van Eén werd daarnaast ook ruimte gecreëerd voor specifieke naar kinderen

<sup>80</sup> MIRA staat voor Mediacampagne rond Interculturaliteit in Relatie tot de Arbeidsmarkt.

gerichte programma's die ook door ouders werden gewaardeerd. Deze programma's (zoals *Eurosong for kids* en *W@=D@*) werden gemaakt in samenwerking met Ketnet.

De docufictiereeks *16+* op Eén portretteerde de leefwereld van jongeren en maakte actuele maatschappelijke onderwerpen bespreekbaar. Het programma werd ook herhaald op Ketnet en de site stimuleerde de creativiteit van jongeren.

## Operationele kwaliteit

### Operationele kwaliteit Radio

VRT-Radio had in 2006 een nieuw kwaliteitsproject. Dat project had een duidelijke missie: *de slagkracht van de radioproducten afzonderlijk en gezamenlijk vergroten door kwaliteit te stimuleren en door inspiratie en ruimte te geven aan radiomakers.*

Concreet werd elk aspect van de missie gerealiseerd via een aantal activiteiten en kwaliteitstrajecten:

- (1) Het stimuleren van kwaliteit gebeurde:
  - via het screenen van bestaande programma's;
  - door pro-actief te handelen, via het opzetten van projecten en het aanreiken van tools. Zo werd bijvoorbeeld *Storyscan* ingevoerd. Dit diende om de radiomaker ervan bewust te maken dat elk onderwerp vanuit meer dan één invalshoek bekeken kan worden. In een aantal workshops leerde de radiomaker werken met dit nieuwe hulpmiddel.
- (2) Het inspireren van radiomakers gebeurde:
  - via het vergaren en verspreiden van ideeën door de opstart van het project *Radiomicro.be*, een pagina op het intranet met nieuws over het medium radio;
  - door het opstarten en communiceren van onderzoek.
- (3) Het geven van ruimte aan radiomakers gebeurde:
  - door de goede coördinatie van netoverschrijdende projecten;
  - door het gebruik van planningsinstrumenten tijdens elk creatief proces.

Het opstarten en begeleiden van nieuwe radioprogramma's of netvernieuwingen verliep in 2006 steeds volgens een vaste procedure.

Nieuwe ideeën, voorstellen of concepten kwamen via het nethoofd bij de directie Programmering. Elk voorgesteld project moest de inhoud, de vormgeving en de productionele gegevens van een programma bevatten. De programmabedenker had overleg over zijn voorstel met het nethoofd, de programmeringsadviseurs en de directeur Programmering. Indien een project werd goedgekeurd, werd meestal een proefprogramma gemaakt. Daarbij werden de inhoud, de vorm, de toon, de presentatiestijl, de opbouw en de muzieksamenstelling getoetst aan de netprofielen, de luisterbehoefte, de relatie tot de dagritme-cyclus en de stijlfspraken. Bij elke stap in de procedure kreeg de programmabedenker feedback. Na een eventuele definitieve goedkeuring werd het voorstel in een aantal gevallen omgezet in een programmacontract en kreeg het programma een plaats in het zendschema. Bij de eerste evaluatie (screening) wordt het programma afgetoetst aan het contract.

***Het opstarten en begeleiden van nieuwe programma's of netvernieuwingen verliep in 2006 steeds volgens een vaste procedure.***

### Operationele kwaliteit Televisie

Eind 2005 werd een programmerouting voor nieuwe tv-programma's (zowel voor interne als voor externe producties) vastgelegd. De programmerouting is de vertaling van een projectmatige aanpak bij televisieproducties. In 2006 werd ze in de praktijk uitgerold. Programmamakers en ondersteunende medewerkers werden opgeleid in het gebruik ervan. Bij de verschillende netten zijn "ambassadeurs" aangewezen die actief de programmerouting en het bijbehorende planningsinstrument gebruiken. De programmerouting werd (tijdens de kwaliteitsdagen van televisie) voorgesteld aan de medewerkers. Het beslissings- en overlegproces dat de programmerouting ondersteunt, werd in 2006 concreet uitgewerkt in het kader van de projecten *IPro* en *Structuur TV*<sup>81</sup>.

De kwaliteitsdagen van Televisie duurden twee weken en werden een groot succes. Alle VRT-medewerkers konden eraan deelnemen. Er vonden workshops en andere activiteiten plaats die de acties en de resultaten van het kwaliteitsproject 2005 illustreerden.

<sup>81</sup> De herstructurering van de TV-directie, in aanloop van de reorganisatie van de VRT in 2007.

Enkele voorbeelden:

- Er was onder andere aandacht voor creativiteit. Zo werd een brainstorm georganiseerd en werd een prijs toegekend voor de meest creatieve aanpak van een journaalitem.
- Over de technologische ontwikkelingen werden een aantal sessies georganiseerd (o.a. over het gebruik van grafische effecten en HDTV).
- Er werden screen- en stemtesten gehouden.
- Er werd een routingparcours opgesteld. Daar werd een toelichting gegeven bij de beslissingsmomenten tijdens het routingsproces.
- Er waren ook sessies over trends en de klantendienst.

Bij Ketnet vond een proefproject plaats rond klantvriendelijkheid en het daarmee verbonden beantwoorden van mails. Dankzij nieuwe software kon Ketnet snel antwoorden op vragen van kijkers. De medewerkers die externe mails moesten beantwoorden, konden daarvoor een beroep doen op een aangepast informatiesysteem. De VRT verwierf met dit proefproject kennis om zijn aanbod nog beter af te stemmen op de vragen en de behoeften van de mediagebruikers.



Comedy Casino

## Operationele kwaliteitsverbetering

Door efficiëntieverhoging kon het ondertitelaanbod fors uitgebreid worden. Zo worden teletekst- en open ondertitels voortaan vertaald door dezelfde persoon.

Voor alle programma's en programmareeksen werden systematisch debriefings met de programmamakers georganiseerd. Op die manier konden programma's kwalitatief worden bijgestuurd.

## Optimalisatie bedrijfsstructuur

In 2006 werd volop gewerkt aan de uitbouw van het interne productiehuis. Het project (dat de naam IPro kreeg) past in de strategische doelstelling van de VRT om het grootste en beste productiehuis van Vlaanderen te zijn. Met de uitvoering van het project wil de VRT kwalitatief hoogstaande producties afleveren, performant produceren en aantrekkelijk blijven voor creatief talent. Door het hervormen van het interne productieproces wordt de band tussen de productie en de netstructuren losgemaakt.

In 2006 werden de krachtlijnen vastgelegd van het interne productiehuis. De implementatie ervan gebeurt in 2007 en zal ondersteund worden door communicatie- en opleidingstrajecten.

De afdeling ProPartners, opgericht op 1 juli 2006, zal een vlotte en kwaliteitsvolle samenwerking met de inhoudelijke programmamaker mogelijk maken.

## Professionele kwaliteit

### Systeem van interne kwaliteitsbewaking

In 2006 startte de VRT met zijn Waarde- en Innovatie-Monitor (WIM), een permanente online tevredenheidsmeting bij het brede publiek. Bij de periodieke meting wordt onder andere de innovatieve kracht van de VRT-programma's nagegaan.

*De VRT wil het grootste en beste productiehuis van Vlaanderen zijn.*



## TV

Canvas investeerde in programma-ideeën van medewerkers en productiehuizen. Alle spontaan ingezonden voorstellen en alle concepten die voortkwamen uit een gerichte briefing werden voorgelegd aan een comité van programmamangers en –adviseurs. Bij een positieve evaluatie kon de bedenker van het programma toelichting geven aan dat comité. Het net investeerde ook in de ontwikkeling van eigen formats.

Eén had in 2006 een artdirector in dienst. Deze persoon was verantwoordelijk voor de ontwikkeling en bewaking van de netstijling. Hij behield een overzicht over de vormgeving van programma's, hosting en trailers en stuurde die waar nodig bij.

Crossmediale mogelijkheden werden in 2006 systematisch onderzocht. Verschillende projecten werden ook gerealiseerd, zoals *Monumentenstrijd*, *Media Morgen* en *1000 zonnen en garnalen*.

De profieldagen van VRT-Televisie focusten op de oprichting van een intern productiehuis. Voor alle medewerkers van VRT-TV werd een algemene toelichtingsdag en een profieldag over de organisatorische aanpak van IPro georganiseerd. Alle leidinggevendenden kregen op een ontmoetingsdag toelichting rond de beleidsplannen van de VRT.

Eind 2006 werd een denkdag georganiseerd rond de hosting voor K'tje van Ketnet. De bedoeling was op zoek te gaan naar een K'tje-karakter en de wereld waarin dit karakter leeft. Uit de dag kwamen enkele voorstellen voor de hosting. Er werden screeningsmiddagen voor de Ketnetmedewerkers georganiseerd om ze kennis te laten maken met programma's voor kinderen van andere omroepen (zoals CBBC-CBeebies, C-ITV en Nickelodeon). Daarnaast gaven sprekers hun visie in een aantal sessies, zoals Dirk Lorré, Wim Beyers, Telidja Klai en Dimitri Oosterlynck.

De programmamakers kregen op een "formatdag" formats uit binnen- en buitenland te zien, om de creativiteit van de medewerkers te verhogen. De programmamakers werden aangezet naar andere netten, omroepen en media te kijken en zich hierdoor te laten inspireren. In de workshop *Quiz & spel* werden

nieuwe spelvormen en interactieve spelmogelijkheden getoond. In de workshop *Debatprogramma's* werden politieke, maatschappelijke en juridische debatprogramma's van andere openbare omroepen besproken. In de workshop *User generated content* werden voorbeelden besproken hoe andere omroepen gebruik maken van content die de mediagebruikers zelf aanleveren. Op een beurs (verbonden aan de formatdag) werden baanbrekende buitenlandse voorbeelden getoond.

## Radio

VRT-radio organiseerde in 2006 op regelmatige basis screenings van zijn programma's. De netten organiseerden daarvoor telkens een intern en extern luisterpanel. De resultaten van deze bevraging werden samen met een verslag van de programmering, een taalrapport en WIM-onderzoek bekeken. De programmamakers voerden daarover overleg met het nethoofd. Het is gebruikelijk dat daaruit een reeks actiepunten voortkomen die volgens een strikte timing gerealiseerd moeten worden.

Er werden voor VRT-Radio drie presentatiedagen gehouden. Hierbij werden alle aspecten van presentatie onder de loep genomen voor Studio Brussel, Donna en Radio1. Tijdens elke presentatiedag werd samen met de presentatoren, producers en technici ingegaan op pijnpunten, authenticiteit, stemtechniek en juist taalgebruik. Elke presentatiedag werd afgesloten met afspraken rond actiepunten.

Er werd onder de noemer *Radio 2.1* een "Radiodag" georganiseerd. Op deze dag stond de rol van radio in het nieuwe mediaveld centraal. *Radio 2.1* legde de focus op het feit dat het brede publiek nu zelf radio kan maken. Verschillende sprekers gaven inspiratie aan de radiomakers. De eerste Radiomicrobe (een prijs voor de meest creatieve radiovondst) ging naar Thomas Vanderveken en Olav Grondelaers van Klara, voor hun reeks over de Mozartweek.

## VRTnieuws

VRTnieuws-online hield een profiel- en strategiedag voor de stafmedewerkers, de eindredacteuren en de coördinatoren. Er werd

aandacht besteed aan het nieuwsproject, de aanbodstrategie van de VRT en het aanbod en de performantie van VRTnieuws.net. De deelredacties van *Cultuur en Media* en *Andere talen* hielden elk een denk- en profiel dag. De focus kwam in beide gevallen te liggen bij de missie en de visie van het aanbod, de doelgroepen en de plaats van de deelredactie binnen het nieuwsproject.

## Synergie radio, televisie, internet en mobiel

Het toenemende aantal crossmediale projecten toont aan dat de synergie tussen radio, televisie, internet en mobiel qua aanbod niet meer terug te draaien is.

In 2006 werd het crossmediaal overleg verder uitgebouwd in geregeld overleg. Er werd daarbij samengewerkt op verschillende domeinen van de openbare opdracht. De samenwerking was er zowel op het vlak van mediaprojecten als op het vlak van marketing.

Als gevolg van het nieuwe (crossmediale) aanbod, intensifieerden tv en radio hun overleg met de directies Nieuwe media en Line Extensions. Het Aanbodcomité (zie p. 63) speelde in het versterken van de synergie een belangrijke rol.

## Opleiding en ontwikkeling

De VRT wil dat zijn medewerkers de vaardigheden en de inzichten hebben die noodzakelijk zijn in een modern mediabedrijf. Daartoe konden alle VRT-medewerkers regelmatig relevante opleidingen volgen.

Alle opleidingen in 2006 waren kwalitatief hoogstaand. Ze droegen bij in het streven naar kwaliteit bij alle medewerkers. De opleidingen passen bij de opleidingsbehoeften, de noodzakelijke technische competenties en de wijzigingen in de organisatie. In 2006 werd er vooral gewerkt met het oog op ontwikkeling en doorgroeien.

In totaal volgden 2.146 medewerkers<sup>82</sup> minimaal één van de 933 initiatieven rond opleiding en ontwikkeling<sup>83</sup>. Het merendeel van de opleidingen (60%) werd door interne trainers verzorgd.

Het stimuleren van creativiteit in de productie-kernen werd gerealiseerd door opleidingen rond creativiteit, sessies rond kleur & licht en grafische effecten, een traject conceptontwikkeling en een schrijf- & scenario-opleiding. De VRT richtte een stemmenbank<sup>84</sup> op. Een praktische checklist om de creativiteit bij het ontwikkelen van nieuwe radioformats te stimuleren (*Storyscan*) werd geïntroduceerd. Bij de sessies *live-verslaggeving* leerden medewerkers de troeven van de radio maximaal uit te spelen.

**Alle opleidingen droegen bij in het streven naar kwaliteit bij alle medewerkers.**

In het kader van de omvorming van de VRT naar een digitale omroep werd er voor de technische afdeling TV een opleidingstraject over DMF opgesteld. Ter ondersteuning van het digitaliseringsproces werden ook opleidingen aangeboden rond HD-TV, id-TV en niet-lineaire montage. De technologische omgeving van de geïntegreerde nieuwsdienst werd onder andere voorbereid aan de hand van opleidingen rond het gemeenschappelijk nieuwsredactiesysteem en het nieuwe contentmanagementsysteem voor het beheren en editen van berichten.

Naar aanleiding van het nieuwsproject werden daarom "visie-sessies"<sup>85</sup> georganiseerd.

In het kader van TOM werd een stappenplan (inclusief richtlijnen en afspraken) opgemaakt om een nieuwe manier van werken snel mogelijk te maken zodra een afdeling verhuisd is naar een nieuwe werkomgeving. Aangezien een verhuizing vaak samenloopt met een aanpassing van de processen, rollen en verantwoordelijkheden, worden de afdelingen door HR begeleid.

In 2006 werd een nieuwe beheersovereenkomst afgesloten. Tijdens VRT-strategiedagen werden alle leidinggevenden gemotiveerd voor de mediaplannen van de VRT. Zij kregen materiaal om hun medewerkers te informeren.

In 2006 werd ruim aandacht geschonken aan alternatieve leervormen, zoals werkplekleren, coaching en i-leren. Deze leervormen werden besproken tijdens het functioneringsgesprek van elke medewerker.

<sup>82</sup> Van de deelnemers was 36,4% vrouw en 63,6% man. Dit is representatief voor de VRT.

<sup>83</sup> 76% van het personeelsbestand volgde in 2006 een opleiding.

<sup>84</sup> De stemmenbank moet uitgroeien tot een gebruiksvriendelijke interactieve ontmoetingsplaats van stemmen en programma's/projecten die op zoek zijn naar een geschikte stem.

<sup>85</sup> Een "visiesessie" gaf medewerkers inzicht in het waarom van de integratie van de nieuwsdiensten.



Performantiemaatstaven

## Beleidskader - Opdracht

### Audiovisuele kwaliteit

#### PERFORMANTIE-MAATSTAF

I.1. De VRT verbindt er zich toe jaarlijks een aantal concrete doelstellingen en maatregelen te formuleren om de kwaliteit van de programmering te bewaken en te versterken. Bij het formuleren van deze doelstellingen staan de verwachtingen en behoeften van de kijker ten aanzien van het programma-aanbod centraal, maar wordt ook rekening gehouden met de specifieke opdracht van de publieke omroep en de overige in artikel 2, §2 gedefinieerde kwaliteitsaspecten.

I.2. Jaarlijks zal over die doelstellingen en de concrete realisatie ervan worden gerapporteerd in een apart hoofdstuk van de jaarlijkse rapporteringsnota over de beheers-overeenkomst.

#### REALISATIE

I.1. De VRT stelde zichzelf in 2006 een aantal concrete doelstellingen en formuleerde maatregelen om de kwaliteit van de programmering te bewaken en te versterken. Bij het formuleren van deze doelstellingen stonden de verwachtingen en de behoeften van de mediagebruiker ten aanzien van het programma-aanbod centraal, maar werd ook rekening gehouden met de specifieke opdracht van de publieke omroep in artikel 2, §2 gedefinieerde kwaliteitsaspecten.

I.2. Over de doelstellingen en de concrete realisatie ervan wordt gerapporteerd in dit jaarverslag.

## Engagementen van de instelling in het licht van haar kernopdrachten m.b.t. radio en televisie

### Performantie televisie

#### PERFORMANTIEMAATSTAF

II.1.1. De performantiemaatstaven m.b.t. het publieksbereik kunnen slechts worden behaald in de veronderstelling dat het bereik 'Totaal Televisie' niet verandert in de loop van deze beheersovereenkomst. Tenzij anders gespecificeerd, wordt met 'bereiken' steeds het bereik op weekbasis bedoeld gedurende minstens 15 opeenvolgende minuten, tenzij het programma (-onderdeel) korter is.

II.1.2. Televisie zal met zijn 3 netten samen op weekbasis 70% van de bevolking bereiken.

II.1.3. Televisie zal met de totaliteit van zijn journaal, duiding- en informatiemagazines gemiddeld per dag 1,5 miljoen kijkers bereiken.

II.1.4. Daarbij zullen de duiding- en informatieprogramma's een gemiddelde waardering van 75% behalen.

II.1.5. Televisie zal met zijn ontspannings- en fictieprogramma's een gemiddelde waardering van 75% behalen.

II.1.6. Televisie zal in zijn programma's een gevarieerd gamma cultuuruitingen aan bod laten komen.

II.1.7. Televisie zal daarmee gemiddeld 15% van de bevolking bereiken.

II.1.8. Televisie zal zijn educatieve opdracht ter harte nemen.

II.1.9. Televisie zal daarmee gemiddeld 10% van de bevolking bereiken.

II.1.10. Televisie zal 70% van de 4 tot 12-jarigen die tv kijken bereiken (berekend op totaal bereik 4-12-jarigen op weekbasis).

#### REALISATIE

II.1.1. Het bereik 'Totaal Televisie' is niet veranderd in de loop van 2006.

II.1.2. Televisie bereikte met zijn netten op weekbasis 80,8% van de bevolking.

II.1.3. Televisie bereikte met zijn journaals, duiding- en informatiemagazines samen gemiddeld 1.710.330 kijkers per dag.

II.1.4. De duiding- en informatieprogramma's behaalden een gemiddelde waardering van 76%.

II.1.5. Televisie behaalde met zijn ontspanningsprogramma's een gemiddelde waardering van 78%. Ook met zijn fictieprogramma's behaalde hij een gemiddelde waardering van 78%.

II.1.6. Televisie liet in 2006 in zijn programma's een gevarieerd gamma cultuuruitingen aan bod komen.

II.1.7. Televisie bereikte met zijn gevarieerd gamma cultuuruitingen 27,8% van de bevolking.

II.1.8. Televisie nam zijn educatieve opdracht met zorg ter harte.

II.1.9. Televisie bereikte met zijn educatieve programma's 30,5% van de bevolking.

II.1.10. Televisie bereikte 89,4% van de 4 tot 12-jarigen die tv kijken.



**II.1.11.** Televisie zal aandacht besteden aan de uitzending van sport, gebaseerd op het gevarieerde aanbod van 1999, 2000 en 2001. Dit betekent dat, naast voetbal en wielrennen, aan diverse sporttakken aandacht wordt besteed, in de mate dat de VRT beschikt over de uitzendrechten, en dit onverminderd de bepalingen van artikel 1 §§ 1 t.e.m. 5 van deze overeenkomst.

**II.1.12.** Het aandeel van de Vlaamse tv-producties en van de coproducties zal ten minste 50% bedragen van het totale programma-aanbod uitgezonden tussen 18u en 23u.

**II.1.13.** Televisie zal vorm, inhoud, taalgebruik en vernieuwend karakter van zowel de eigen producties, de aangekochte programma's als de netaankleding kritisch evalueren. Bijzondere aandacht gaat naar:

- **Het zendschema:** in functie van de behoefte van de kijkers per net en per tijdsblok wordt voor iedere frequentie het programmatype bepaald en het totale zendschema samengesteld

- **Het ontwikkelingsproces:** de ontwikkeling en de organisatie van programma's bij de televisie gebeurt systematisch en volgens een vaste procedure, waarbij via kwalitatief onderzoek de waardering door de kijker van concepten en programma's wordt onderzocht.

- **Profiel-dagen** Om de programmamakers een nog diepgaander inzicht te geven in de kwaliteitseisen die het televisiepubliek stelt worden minstens 1x per jaar en per net profiel-dagen georganiseerd.

- **Bedrijfsprocessen.** Optimalisering van planning, stiptheid en interne communicatie. Verhoogde aandacht voor het stimuleren van creativiteit en optimalisering van styling/vormgeving.

**II.1.14.** Over deze kwaliteitscontrole en –verbetering wordt jaarlijks verslag uitgebracht in het in artikel 2,§3 voorziene hoofdstuk van de jaarlijkse rapportering.

**II.1.15.** Televisie zal ervoor zorgen dat de kijker ten allen tijde het onderscheid kan maken tussen enerzijds informatie en duiding en anderzijds ontspanning en infotainment.

**II.1.16.** De Technische Diensten van de televisie verzekeren dat alle tv-uitzendingen, volgens het vooropgestelde programmaschema, met een continuïteit van 99,5 % ter beschikking worden gesteld aan de telecommunicatietoren van waaruit het signaal naar de kijker vertrekt.

## Performantie radio

### PERFORMANTIEMAATSTAF

**II.2.1.** De VRT-Radio zal als openbare radio een relatief weekbereik behouden van 65%

**II.2.2.** De gemiddelde luisterduur zal op minstens 3 uur 15 minuten behouden blijven zelfs al is dit niet voor alle luistergroepen mogelijk.

**II.2.3.** De totale output van de binnenlandse radio wordt op minimaal 48.000 uur per jaar gegarandeerd.

**II.2.4.** Radio zal zijn nieuwsbulletins op de diverse netten behouden op ten minste 50 minuten per dag

**II.2.5.** en zal daarmee 80% van de VRT-luisteraars bereiken.

**II.2.6.** De presentatie ervan zal zijn aangepast aan het profiel van het net.

**II.2.7.** Duiding wordt gegeven op de daartoe aangewezen netten.

**II.2.8.** De VRT-radio geeft extra nieuwsbulletins bij belangwekkende gebeurtenissen.

**II.1.11.** Televisie had ruime aandacht in zijn uitzendingen voor sport, op basis van een gevarieerd aanbod. Behalve aan voetbal en wielrennen werd de nodige aandacht besteed aan diverse andere sporttakken, in de mate dat de VRT beschikte over de uitzendrechten, en onverminderd de bepalingen van artikel 1 §§ 1 t.e.m. 5 van de beheers-overeenkomst.

**II.1.12.** Het aandeel van de Vlaamse tv-producties en van de coproducties in 2006 was 66,3% van het totale programma-aanbod uitgezonden tussen 18 u en 23 u

**II.1.13.** Televisie evalueerde in 2006 vorm, inhoud, taalgebruik en vernieuwend karakter van zowel de eigen producties, de aangekochte programma's als de netaankleding kritisch. Bijzondere aandacht ging daarbij naar:

- het zendschema
- het ontwikkelingsproces
- profiel-dagen
- bedrijfsprocessen

**II.1.14.** Over de kwaliteitscontrole en –verbetering wordt verslag uitgebracht in dit jaar-verslag.

**II.1.15.** Televisie zorgde ervoor dat de kijker te allen tijde het onderscheid kon maken tussen enerzijds informatie en duiding en anderzijds ontspanning en infotainment.

**II.1.16.** De technische diensten van de televisie haalden met 99,9% vlot de norm dat gedurende minstens 99,5% van de totale zendtijd aan het net aangepaste programma's ter beschikking zouden worden gesteld aan de telecommunicatietoren, vanwaar het signaal naar de kijker vertrekt.

### REALISATIE

**II.2.1.** De VRT had in 2006 een relatief weekbereik van 84,7%.

**II.2.2.** De gemiddelde luisterduur bedroeg in 2006 4 uur en 3 minuten.

**II.2.3.** De totale output van de binnenlandse radio bedroeg in 2006 71.648 uren.

**II.2.4.** Radio had in 2006 op al zijn netten nieuwsbulletins van in totaal ten minste 50 minuten per dag.

**II.2.5.** Radio bereikte in 2006 op zijn diverse netten met zijn nieuwsbulletins 95,3% van de VRT-luisteraars.

**II.2.6.** De presentatie was in 2006 aangepast aan het profiel van het net.

**II.2.7.** Duiding werd in 2006 gegeven op de daartoe aangewezen netten.

**II.2.8.** De VRT-radio gaf in 2006 extra nieuwsbulletins bij belangwekkende gebeurtenissen

**II.2.9** Om de band met het publiek te behouden zal de VRT zijn promotiebeleid per net voortzetten

**II.2.10.** en publieke manifestaties organiseren of er op aanwezig zijn om van daar rechtstreeks uit te zenden.

**II.2.11.** RVi zal zich losmaken van zijn exclusieve radio-opdracht

**II.2.12.** en zich profileren als een toegang via internettechnologie tot de informatie over Vlaanderen.

**II.2.13.** RVi wordt -of integreert zich in- een multimediaal (meertalig) venster op Vlaanderen met informatie (geluid, beeld, tekst) en een goed geselecteerd aanbod van wat de Vlaming in het buitenland of de buitenlander kan interesseren.

**II.2.14.** Er zal over worden gewaakt dat de luisteraar te allen tijde het onderscheid kan maken tussen informatie en duiding enerzijds en andere programma's anderzijds.

**II.2.15.** Radio evalueert kritisch, voor elk van de netten, of de programma's beantwoorden aan het afgesproken concept en het netprofiel, of ze een correcte taal gebruiken en qua presentatie beantwoorden aan de verwachtingen van het publiek. Met bijzondere aandacht voor:

- **Procedure om programmavoorstellen in te dienen:** De ontwikkeling en de organisatie van radioprogramma's gebeurt systematisch en volgens een vaste procedure, waarbij programma's pas na evaluatie van een proefprogramma in het programmaschema worden opgenomen

- **Programmeringsinstrument:** het zendschema van een net wordt bekeken vanuit de luisteraar. Voor elk tijdsblok wordt de doelgroep, het type programma en de dynamiek van het programma in verhouding tot het dagritme van de luisteraar bepaald,

- **Luisterclubs:** de programmeringsadviseurs organiseren 'luisterclubs' om de bestaande programma's te evalueren en inventariseren aan de hand van een gestandaardiseerde leidraad

- **Aanstelling coördinatoren:** in elk net staan coördinatoren het nethoofd bij voor een belangrijk programma-overschrijvend aspect van de interne kwaliteitszorg.

- **Interne screenings bij de netten:** de netten organiseren zelf programma-evaluaties binnen de productiekern.

Jaarlijks wordt elk programma ook gedetailleerd besproken met alle betrokken medewerkers

- **Presentatie luisteronderzoek:** elk luisteronderzoek wordt aan alle nethoofden gepresenteerd en daarna nog eens uitvoerig, per net, aan alle medewerkers.

**II.2.16.** Over deze kwaliteitscontrole en –verbetering wordt jaarlijks verslag uitgebracht in een apart hoofdstuk van de jaarlijkse rapportering

**II.2.17.** De technische diensten van de radio waarborgen dat gedurende minstens 99,5 % van de totale zendtijd aan het net aangepaste programma's zullen ter beschikking worden gesteld van de telecommunicatietoren, vanwaar het signaal naar de luisteraar vertrekt.

## Engagementen van de instelling in het licht van haar kernopdrachten m.b.t. innovatieve media-projecten

### PERFORMANTIEMAATSTAF

**III.1.** De VRT digitaliseert zijn intern productieproces

**III.2.** en maakt het in de loop van deze beheersovereenkomst internettechnologie-compatibel. Deze maatstaf is niet van toepassing op het beeld- en klankarchief.

**III.3.** Bestaande informatica- en informatiesystemen worden geïntegreerd.

**III.4.** De VRT rapporteert specifiek over de vooruitgang.

**II.2.9.** Om de band met het publiek te behouden had de VRT in 2006 een promotiebeleid per net.

**II.2.10.** In 2006 organiseerde de VRT publieke manifestaties of was erop aanwezig om van daar rechtstreeks uit te zenden.

**II.2.11.** RVi maakte zich in 2006 los van zijn exclusieve radio-opdracht.

**II.2.12.** RVi profileerde zich in 2006 als een toegang via internettechnologie tot de informatie over Vlaanderen.

**II.2.13.** De VRT bouwde RVi uit tot een multimediaal (meertalig) venster op Vlaanderen met informatie (geluid, beeld, tekst) en een goed geselecteerd aanbod van wat de Vlaming in het buitenland of de buitenlander kan interesseren.

**II.2.14.** De luisteraar kon in 2006 te allen tijde het onderscheid tussen informatie en duiding enerzijds en andere programma's anderzijds vaststellen.

**II.2.15.** Radio evalueerde in 2006 kritisch, voor elk van de netten, of de programma's beantwoorden aan het afgesproken concept en het netprofiel.

Radio evalueerde in 2006 kritisch voor elk net of ze een correcte taal gebruiken.

Radio evalueerde in 2006 kritisch voor elk net of ze qua presentatie beantwoorden aan de verwachtingen van het publiek.

Bijzondere aandacht ging naar:

- procedure om programmavoorstellen in te dienen

- programmeringsinstrument

- screenings (vroegere luisterclubs)

- aanstelling coördinatoren

- interne screenings bij de netten

- presentatie luisteronderzoek

**II.2.16.** Over deze kwaliteitscontrole en –verbetering wordt verslag uitgebracht in dit jaarverslag.

**II.2.17.** Met 99,95% haalden de technische diensten van de radio vlot de waarborg dat gedurende minstens 99,5% van de totale zendtijd aan het net aangepaste programma's ter beschikking zouden worden gesteld van de telecommunicatietoren, vanwaar het signaal naar de luisteraar vertrekt.

### REALISATIE

**III.1.** De VRT digitaliseerde in 2006 zijn interne productieproces.

**III.2.** De VRT bouwde in 2006 aan het compatibel maken van zijn interne productieproces aan de internettechnologie.

**III.3.** Informatica- en informatiesystemen werden in 2006 verder geïntegreerd.

**III.4.** De rapportering is te vinden in dit jaarverslag en in het e-VRT-opvolgingscomité.

**V.2.** HRM begeleidt veranderingen in de organisatie door het organiseren van een passende communicatie naar de personeelsleden en de leidinggevenden.

**V.3.** HRM organiseert een gelijkemansbeleid t.o.v. vrouwen en allochtonen

**V.4.** en profileert de VRT als een toonaangevend bedrijf inzake non-discriminatie.

**V.5.** De VRT waakt er over dat procedures, reglementen, statutaire bepalingen of sectorale akkoorden voldoende flexibiliteit mogelijk maken om functioneel verantwoord te kunnen werken in een concurrentiële omgeving.

**V.6.** De personeelskosten blijven binnen de perken van het financieel plan dat bij deze overeenkomst is opgenomen.

**V.7.** Herstructureringskosten die gepaard zouden gaan met een technologiesprong worden apart in de jaarrekening opgenomen

**V.8.** en blijven binnen de perken van het financieel plan.

**V.2.** HRM begeleidde in 2006 veranderingen in de organisatie door het organiseren van een passende communicatie naar de personeelsleden en de leidinggevenden.

**V.3.** HRM organiseerde in 2006 een gelijkemansbeleid t.o.v. vrouwen en allochtonen.

**V.4.** HRM profileerde de VRT in 2006 als een toonaangevend bedrijf inzake non-discriminatie.

**V.5.** De VRT waakte in 2006 erover dat procedures, reglementen, statutaire bepalingen of sectorale akkoorden voldoende flexibiliteit mogelijk maken om functioneel verantwoord te kunnen werken in een concurrentiële omgeving.

**V.6.** Ten gevolge van de veranderingen in het medialandschap zijn de personeelskosten gestegen, met toestemming van de Raad van Bestuur. Dit werd opgevangen door besparingen in andere posten.

**V.7.** De herstructureringskosten die gepaard gaan met een technologiesprong worden apart in de jaarrekening 2006 opgenomen. (zie p. 96, uitvoering beheersovereenkomst)

**V.8.** Ze bleven binnen de perken van het financieel plan.

## Financiële betrekkingen tussen de instelling en de Vlaamse Gemeenschap

### Pensioenproblematiek

#### PERFORMANTIEMAATSTAF

**VI.1.** De VRT rapporteert in uitvoering van de beheersovereenkomst jaarlijks over de resultaten van het VRT-pensioenfonds voor statutaire werknemers en het VRT-pensioenfonds voor contractuele werknemers.

#### REALISATIE

**VI.1.** De VRT rapporteert in dit jaarverslag over de resultaten van het VRT-pensioenfonds voor statutaire werknemers en het VRT-pensioenfonds voor contractuele werknemers.

### Financiële planning

#### PERFORMANTIEMAATSTAF

**VI.2.** De VRT behaalt jaarlijks minstens het cumulatief resultaat over de duur van de beheersovereenkomst conform het financieel plan in bijlage. Dit veronderstelt dat minstens 37.184.000 euro netto inkomsten uit radioreclame en 8.700.000 euro uit de tv-alliantie-partnershippakketten zoals omschreven in artikel 19, §52 en 3 wordt gegenereerd.

#### REALISATIE

**VI.2.** De VRT behaalde in 2006 het cumulatief resultaat van 3.370.000 euro. Dit is 978.000 euro beter dan de afgesproken financiële performantiemaatstaf (bepaald in het financieel plan van de beheersovereenkomst). De netto inkomsten uit radioreclame bedroegen in 2006 36.661.000 euro. Dit is 523.000 euro minder dan de minimumgrens omschreven in artikel 19, §4. De netto inkomsten uit de TV-alliantiepartnershippakketten, zoals omschreven in artikel 19, §3 bedroegen 8.715.000 euro.

## Preparing the future

The Flemish public broadcaster is undergoing its greatest transformation since TV-programmes were introduced alongside its radio output. Mobile devices and the Internet are becoming an increasingly important aspect of Flemish media consumption. The Internet has grown into a fully-fledged audio-visual medium and the mobile media are following in its wake. To ensure its position in this new media landscape, the VRT must make its products available via these new media.

In 2006 the Flemish government confirmed the essential role the public broadcaster plays in facilitating a democratic society when it closed the Management Agreement 2007-2011. In this agreement, fundamental decisions were taken about the new media and about becoming a digital broadcaster. Because the media landscape is evolving more quickly, two evaluation moments were agreed. These evaluations will enable the Flemish government to redirect the VRT's course in response to any significant new evolutions in the media landscape.

In 2006 the VRT confirmed its success as a public broadcaster. The Flemish audience continued to watch VRT-television and listen to VRT-radio-stations en masse. In ever increasing numbers, they also responded to the VRT's new media offerings on the Internet and in trial mobile projects. The VRT's new media offerings have been evolved out of vigorous existing channels. This ensures that the VRT will continue to meet the specific needs of the various socio-demographic groups.

The VRT maintained its leading, tone-setting position in diverse domains. Its coverage and editorial illumination of the local and provincial elections of 8 October, 2006, for instance, underlined its informative role. Its cultural role was highlighted by the increased attention it devoted to culture on all of its channels and the development of its cultural project. Its educational role was strengthened by the establishment of a central Knowledge and Science co-ordination unit. It also devoted an abundance of attention to sports and

the place of sports in society (*Vlaanderen Sportland* on Eén, for instance). The Flemish identity got more attention by more home-grown fiction and more Flemish music.

In order to facilitate its evolution into a digital broadcasting company, the VRT is thoroughly overhauling its internal organisation. In 2006 this reorganisation was painstakingly prepared. The most notable change is the tearing down of the 'wall' between radio and TV. The various media will now collaborate more intensely. The new organisation is based on four natural steps in the broadcaster's production process: market strategy; brand development and channel profiling; production; and operational activities. The executives in charge of these processes will join the directors of Technology & Innovation, HR and Finance & Logistics on the Board of Directors.

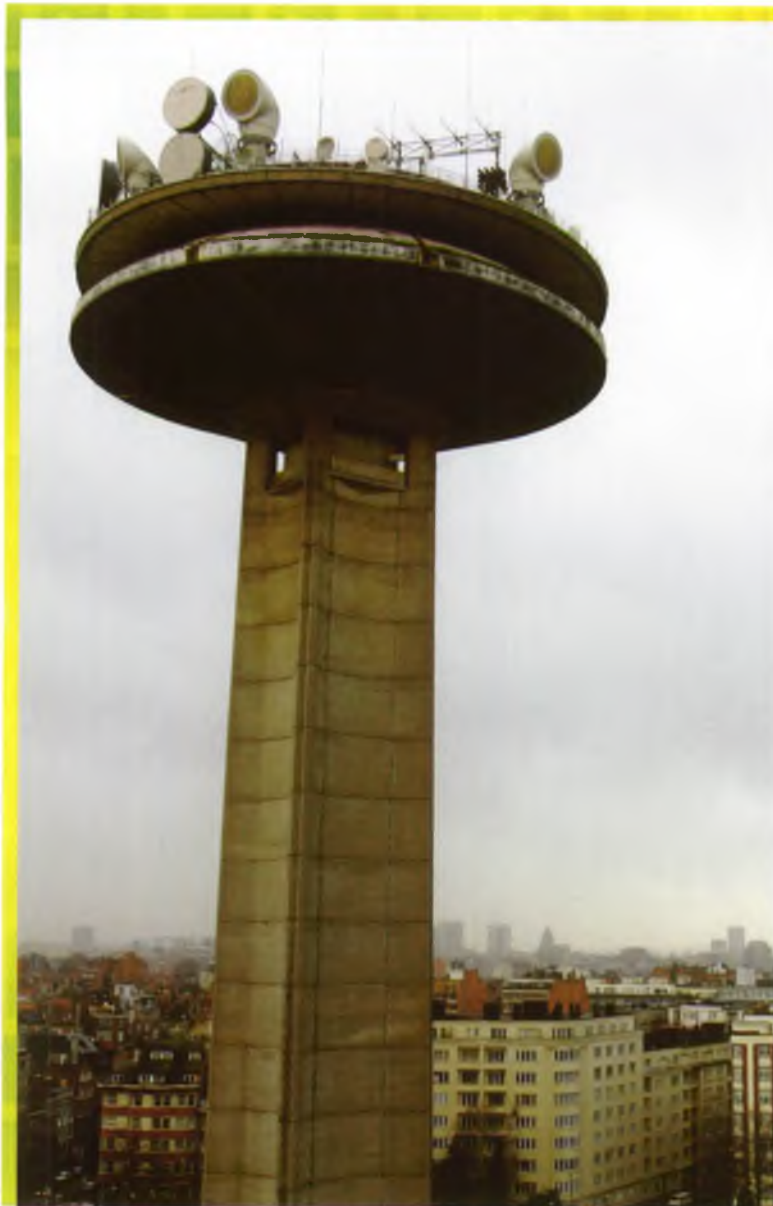
The VRT's new organisational model will facilitate the more efficient production of crossmedia and multimedia products. It will also enhance the VRT's performance in its priority domains (information, culture, sports, Flemish identity, Knowledge and Science and entertainment) and ensure that output in these domains continues to reach the widest possible audience. The reorganised VRT will help to develop, foster and intertwine the talents of VRT employees and collaborators.

The public broadcaster's greatest transformation ever will ensure that VRT can meet and anticipate the challenges of the future. The broadcaster *for every Fleming* will continue to satisfy the media expectations *of every Fleming*.



**SONAR CONSULT bvba,**  
**Represented by**  
**Piet Van Roe**  
**Chief Executive Officer VRT**





Fotografie: Johan Coart, Phile Deprez, Mark De Vilder, Yvan Glavie, Bart Musschoot, Stefaan Van Hul, Joke Van Mieghem, Jelle Van Seghbroeck, Lies Willaert



**VRT, NV van Publiek Recht**

Auguste Reyerslaan 52, 1043 Brussel

Tel. 02 741 31 11

Fax 02 734 93 54

E-mail: [info@vrt.be](mailto:info@vrt.be)

[www.vrt.be](http://www.vrt.be)

BTW BE 0244 142 664

RPR Brussel