



vrt

VRT PRESENTEERT

Een meerwaarde voor iedereen





Een meerwaarde voor iedereen



INHOUD

Voorwoord

Luc Van den Brande - Voorzitter Raad van Bestuur VRT

Paul Lembrechts - CEO VRT

7

1. Informatie Weten en beleven wat er gebeurt

11

2. Vlaamse identiteit Van eigen kweek

17

3. Cultuur De (buiten)gewoonste zaak ter wereld

23

4. Taal Hier spreekt men nederlands

29

5. Educatie Van hier tot in de klas

33

6. Ontspanning & sport Brengt mensen samen

39

7. Jongeren Zoveel meer dan onze toekomst

45

8. Diversiteit & toegankelijkheid Diversiteit ademen op en naast het scherm

53

9. Technologie & innovatie Digitaal helemaal mee

59

10. Engagement Een hart voor elkaar

65



PAUL LEMBRECHTS

CEO VRT



LUC VAN DEN BRANDE

VOORZITTER RAAD VAN BESTUUR VRT

VOORWOORD

Luc Van den Brande
Paul Lembrechts

De VRT heeft de missie om de Vlaamse bevolking te informeren, te inspireren en te verbinden, en zo de Vlaamse samenleving te versterken. De openbare omroep focust dan ook bij alles wat hij doet op het realiseren van maatschappelijke meerwaarde. De VRT is als organisatie doordrongen van het besef dat ze een maatschappelijk verschil moet maken, en dat doet ze door rekening te houden met de uitdagingen en behoeften van de hele Vlaamse samenleving in al haar diversiteit.

De VRT is *van* en *voor* iedereen in Vlaanderen. Daarom zet de VRT sterk in op het bereiken van alle mogelijke bevolkingsgroepen in de samenleving. Om de diversiteit van de samenleving te weerspiegelen, schenkt de openbare omroep extra aandacht aan specifieke bevolkingsgroepen zowel op als naast het scherm, zoals jongeren, mensen met een beperking, vrouwen en nieuwe Vlamingen.

Nagenoeg alle programma's leveren maatschappelijke meerwaarde door diverse thema's uit de samenleving te belichten. Soms zijn dat brandend actuele onderwerpen, soms universele ervaringen en soms ook maatschappelijke taboes die door de verschillende VRT-merken, als dragers van de openbare

omroep, bespreekbaar worden gemaakt. Ook sport en ontspanning vormen een onderdeel van de maatschappelijke meerwaarde van de VRT door hun verbindend karakter.

De VRT ondersteunt de culturele diversiteit en Vlaamse identiteit in alle vormen en maten. De omroep hecht daarom veel belang aan onder andere de klassieke kunsten, Vlaamse fictie, Vlaamse of Nederlandstalige muziek en erfgoed. Daarenboven speelt de VRT een belangrijke rol in het promoten van de Nederlandse taal.

De VRT verbindt mensen en moedigt hen aan om actief mee te doen aan het gemeenschapsleven en het maatschappelijk debat. Dat doet ze door de Vlaming aan te sporen deel te nemen aan culturele evenementen, door actief in te zetten op het bouwen van gemeenschappen en door het steunen van campagnes met maatschappelijke, sociale en culturele impact.

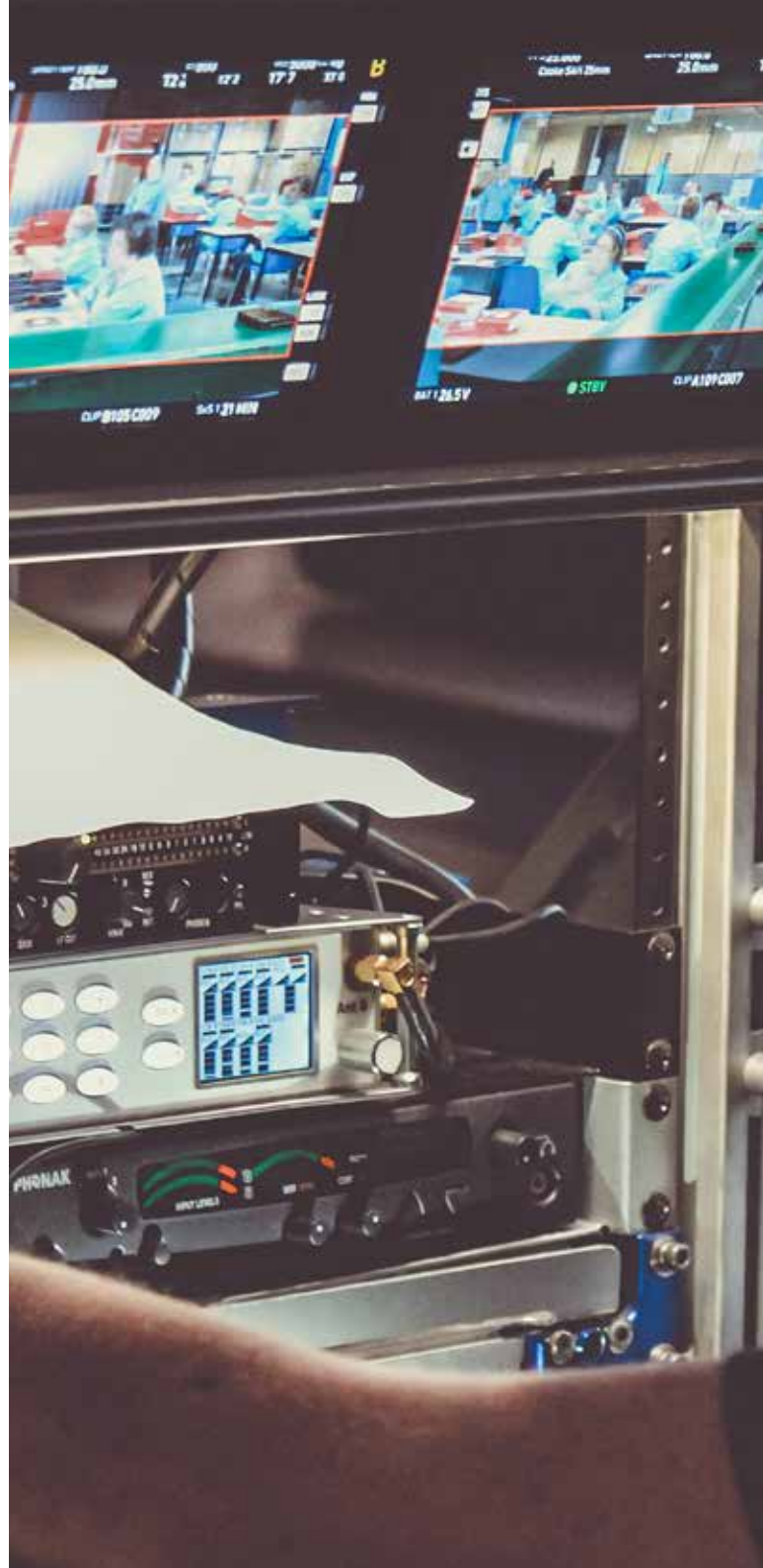
Daarnaast werkt de VRT mee aan de technologie van morgen en zet ze ook actief in op het ontwikkelen van die technologieën. Om relevant te blijven voor alle doelgroepen zet de openbare omroep ook volop in op nieuwe en innovatieve digitale toepassingen.

VOORWOORD

Bij al deze inspanningen houdt de VRT rekening met haar ecologische voetafdruk. Als organisatie streeft de VRT immers naar duurzaamheid. De impact op klimaat en ecologie wordt ten allen tijde beperkt tot het haalbare minimum. Zo draagt de VRT ook haar steentje bij.

Vanuit haar publieke opdracht creëert de VRT maatschappelijke meerwaarde, draagt ze bij aan het weefsel van de Vlaamse gemeenschap en versterkt ze de Vlaamse samenleving. Uit die maatschappelijke meerwaarde vloeit ook een economische meerwaarde voort. De VRT speelt namelijk ook een rol in de Vlaamse economie en werkt als hefboom voor de Vlaamse mediasector.

Deze publicatie gaat dieper in op hoe de VRT haar maatschappelijke meerwaarde realiseert. Aan de hand van tien thema's toont de VRT de verscheidenheid waarmee zij investeert in het vervullen van haar publieke opdracht.



72 40m 4.17m 12m A



TINA buijpomp en gaat weg met een grote tas
verward naar het psychiatrische centrum waar
het onderzoek wordt uitgevoerd.

EPLIKER
De waarheid wordt waargenomen en
het onderzoek wordt voortgezet.

JANUS blijft het onderzoek behandeld worden.

EPLIKER (10:00)
Dit is het laatste woord van de
rechercheur.

EPLIKER lacht met zijn wijde mond en geeft
vriendschappelijke maar pijnlijke blikken.

12.18 INT. FARRISE - BUIJ INHA - 004 (18:18)

EPLIKER geeft antwoord op de vraag
wanneer de zaak wordt afgehandeld.

EPLIKER
Meer hier, en hier, en hier
ge kunt. U kunt.

SWAN geeft antwoord op de vraag
wanneer de zaak wordt afgehandeld.
Vlaamse Politie van de politie.

iD

Inge Vrancken

Hoofdredacteur Het Journaal



iD

Liesbet Vrieleman

Algemeen directeur informatie

1

INFORMATIE

Weten en beleven wat er gebeurt

Onze maatschappij wordt vandaag steeds meer geconfronteerd met een overaanbod aan informatie en internationalisering. Het is niet altijd even evident om daar correcte informatie uit te filteren. In deze complexe context is de VRT de garantie op onpartijdig, onafhankelijk en betrouwbaar nieuws en duiding. Inge Vrancken en Liesbet Vrieleman:

Wat houdt de informatieopdracht van de VRT in?

“Als openbare omroep hebben we de belangrijke taak om de Vlaming zo objectief en onafhankelijk mogelijk te informeren over wat er gebeurt in Vlaanderen en daarbuiten. Dat gaat dan over allerlei domeinen, zoals politiek of economie, maar ook sport en cultuur. Via verschillende platformen verspreiden we vervolgens die informatie, voorzien van context en duiding.

Nieuws en duiding worden zowel via radio, televisie als online verspreid onder de Vlaamse bevolking. Zij kunnen ook gebruik maken van de VRT NWS-app. Deze werd in 2018 al 312.987 keer gedownload.

Met ons informatieaanbod willen we elke Vlaming bereiken. Om daarin te slagen, leggen we op een laagdrempelige en toegankelijke manier uit wat er gebeurt in Vlaanderen en in het buitenland. Iedereen moet onze informatie begrijpen. Daarnaast moet ons informatieaanbod ook aangepast zijn aan de verschillende groepen in de maatschappij. Onze diverse samenleving moet weerspiegeld zijn in de gezichten die we naar voren schuiven, zowel op als naast het scherm.”

Berichtgeving over het buitenland is belangrijk voor VRT NWS. Specifieke aandacht gaat daarbij uit naar Europa en de werking van haar instellingen. Zo biedt VRT NWS het publiek een venster op de wereld.

Hoe verschilt de VRT daarin van andere mediabedrijven?

“Als openbare omroep zijn wij vrij van commerciële druk. De doelen die we stellen, worden dus niet beïnvloed door de wens om commerciële belangen te behartigen, maar door onze wil om elke Vlaming te informeren. Het is zo belangrijk om te weten wat er gebeurt in Vlaanderen en in de wereld.

Dat besef drijft ons en stimuleert ons om elke dag die maatschappelijke informatieopdracht zo goed mogelijk proberen te vervullen.”

Hoe bereikt de VRT jongeren met nieuws en duiding?

“VRT NWS bereikt met haar nieuws en duiding doorgaans een iets ouder publiek. Jongeren vinden niet altijd even gemakkelijk de weg naar VRT NWS. Daarom zetten we sterk in op nieuws op maat van jongeren en kinderen. Voor kinderen is er *Karrewiet* en voor jongeren is er MNM NWS. Op de nieuwsdienst hebben we ook een themacel Jong, die zich actief bezighoudt met het maken van nieuws op maat van jongeren.

Het blijft niet enkel bij nieuwsprogramma's die aangepast zijn aan de behoeften van kinderen en jongeren. We stellen ons elke dag de vraag hoe we de jongeren ook op andere manieren kunnen bereiken. Jongeren zitten elke dag op de schoolbanken. Samen met het onderwijs onderneemt de VRT heel wat om hen ook daar te bereiken. Informatie via educatie, met andere woorden. Dat gebeurt onder andere via KLAAR (nieuws op maat van jongeren) en de EDUboxen (mediale lespakketten).”

Hoe garandeert de VRT dat de informatie onpartijdig, onafhankelijk en betrouwbaar is?

“De deontologie van de nieuwsdienst is gebaseerd op

waardennauwkeurigheid, onpartijdigheid en goede trouw. Deze waarden zijn uitgewerkt in de deontologische code en het redactiestatuut van de nieuwsdienst. Daarnaast hebben we enkele interne controleorganen. Zo is er de Deontologische Adviesraad (DAR). De DAR werkt voornamelijk preventief.

Als we geconfronteerd worden met gevoelige informatie, dan roepen we eerst het advies in van de DAR vooraleer we iets in het nieuws brengen. Als er bijvoorbeeld een ernstig ongeval is gebeurd, gaan we eerst met de DAR in overleg over zaken zoals de identificatie van slachtoffers. In samenwerking met de DAR organiseren we ook geregeld opleidingen voor journalisten, waarin ze ingelicht worden over ontwikkelingen op deontologisch vlak. Zo verzekeren we dat ook onze journalisten doordrongen zijn van het onafhankelijke, onpartijdige en betrouwbare karakter van onze informatieopdracht.”

Naast de DAR is er ook nog de VRT-ombudsman, Tim Pauwels. Tim werkt volledig onafhankelijk van de nieuwsdienst, hij velst zijn eigen oordeel. Dat is niet altijd gemakkelijk, omdat hij ons zo een spiegel voorhoudt. Maar dat het belangrijk is, dat is ontegensprekelijk. Transparantie en een kritische ingesteldheid zijn essentieel om ons werk correct uit te voeren, en Tim speelt daar een belangrijke rol in.



De VRT NWS-app werd
312.987 keer gedownload

3 1 2 , 9 8 7 / 6

Cijfer december 2018

Bron: CIM



iD
Tim Pauwels

Ombudsman VRT NWS



TIM PAUWELS

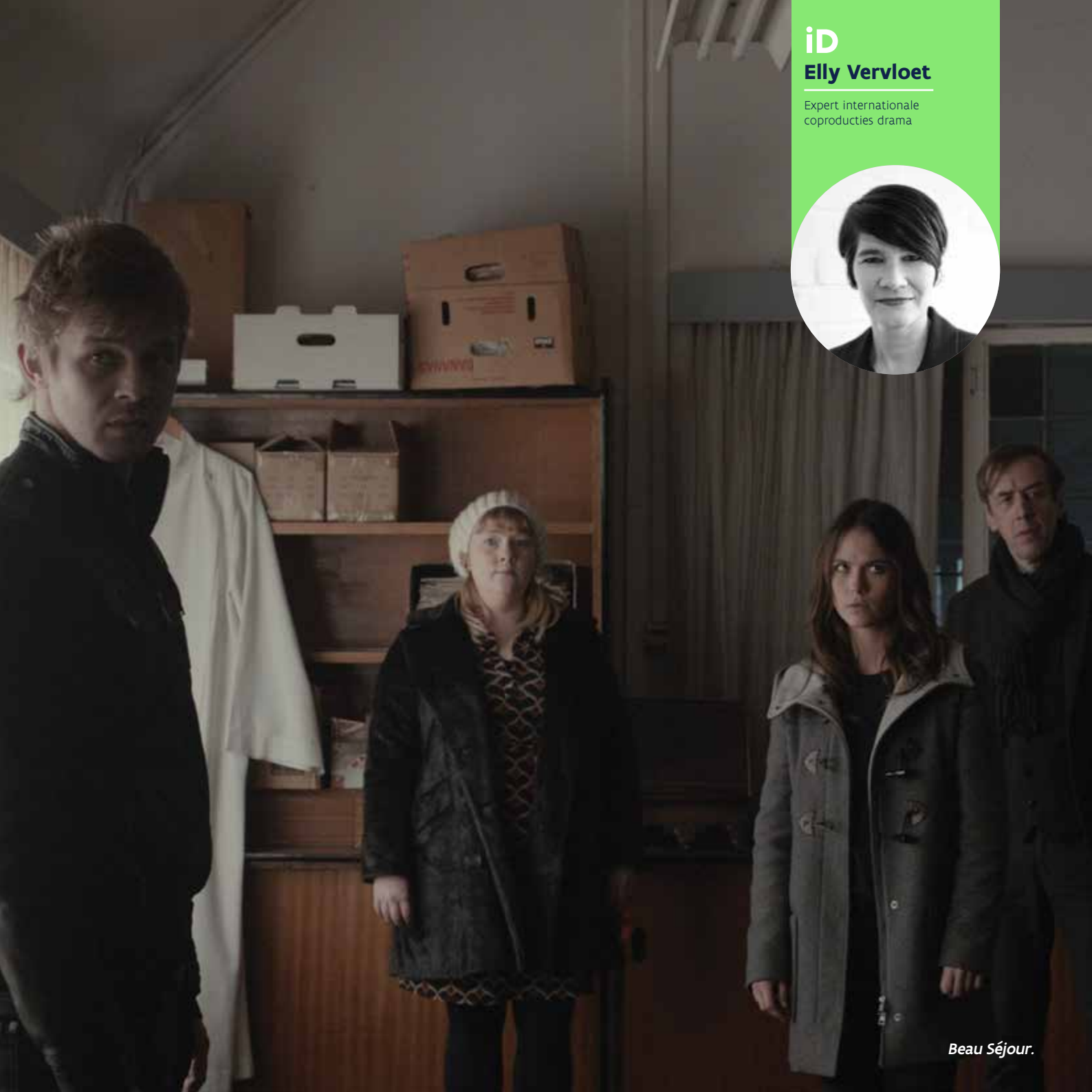
Ombudsman VRT NWS

De nieuwsombudsman houdt zich bezig met de klachten die binnenkomen over de programma's van VRT NWS, waaronder bijvoorbeeld *Pano*, *Terzake* of de VRT NWS-website. De kritische reflectie en aanspreekbaarheid van de nieuwsombudsman moet het vertrouwen in VRT NWS vergroten.

“Het is belangrijk dat de burger een open kanaal heeft met de redactie. Daar zijn goede redenen voor. Ten eerste kunnen mensen persoonlijk belang hebben bij een klacht, bijvoorbeeld als een sportclub door gebruik van archiefbeelden geassocieerd wordt met een misdrijf waar die niets mee te maken heeft. Ten tweede is het belangrijk dat mensen fouten kunnen doorgeven. We moeten burgers die dat doen dankbaar zijn, want daar wordt onze werking enkel beter door. Ten derde is het belangrijk dat VRT NWS de kans grijpt om mensen die wantrouwig staan tegenover de keuzes van de redactie, een rationele argumentatie te geven over de redenen voor die keuzes. In ongeveer 20 procent van de gevallen oordeelt de ombudsman dat de journalistieke aanpak van VRT NWS inderdaad tekortkomingen vertoonde. In die gevallen is het goed dat mediagebruikers die een klacht indienen, zich ook begrepen en erkend voelen.”

iD
Elly Vervloet

Expert internationale
coproducties drama



Beau Séjour.

VLAAMSE IDENTITEIT

Van eigen kweek

Als omroep van alle Vlamingen wil de VRT iedereen in Vlaanderen bereiken. Door aandacht te schenken aan de culturele rijkdom en diversiteit in Vlaanderen versterkt de VRT het gemeenschapsgevoel bij haar publiek. De Vlaming moet zich bovendien kunnen herkennen in het VRT-aanbod. Daarom zet de openbare omroep sterk in op producties en talent van eigen bodem.

De VRT investeert in een kwaliteitsvol en creatief aanbod. Ze ontwikkelt en biedt een platform voor straffe Vlaamse producties. Enerzijds zet de VRT in op interne producties, waarbij de focus ligt op informatie, cultuur en educatie. Anderzijds onderhoudt de VRT een duurzame relatie met externe productiehuisen. Op die manier stimuleert de openbare omroep de Vlaamse productiesector. 71% van de zendtijd in primetime op Eén en Canvas bestond in 2017 uit Vlaamse producties. Veel van de reeksen hebben inhoudelijk een typisch Vlaams karakter. **Elly Vervloet** verklaart het succes van de Vlaamse fictie:

“Bij de VRT investeren we in kwaliteitsvolle, authentieke Vlaamse fictiereeksen. Dat unieke karakter slaat aan in het buitenland, waardoor we

onze Vlaamse eigenheid zelfs internationaal kunnen exporteren. De fictiereeksen die vertrekken vanuit lokale verhalen en dicht bij onze cultuur blijven, krijgen zo internationale allure.

Een goed voorbeeld is *Beau Séjour* (Eén). Die reeks bevat elementen van een universeel herkenbare whodunit, maar toch speelt het verhaal zich af in een oer-Vlaams dorp. De acteurs spreken een Limburgs dialect en de jeugd gaat naar de motorcross. Het is dus een lokale reeks, gemaakt voor een Vlaams publiek, die door de eigenzinnige vertelstijl en hoge kwaliteit op het vlak van beeld en vormgeving ook in het buitenland doorbreekt. Dat is onze kracht en daar mogen we trots op zijn.”

71% van de zendtijd in primetime op Eén en Canvas bestond uit Vlaamse producties

Cijfer 2017

Bron: CIM

VLAAMSE IDENTITEIT

iD

Gerrit Kerremans

Algemeen muziekcoördinator



De VRT ondersteunt ook Vlaamse muzikanten met een rol als ontdekker, promotor en verbinder. Via talentenzoektochten als *De Nieuwe Lichting* op Studio Brussel of *Start To DJ* op MNM gaat de openbare omroep op zoek naar nieuw Vlaams talent. Daarnaast komt Vlaamse en Nederlandstalige muziek uitvoerig aan bod op de netten. Alle VRT-netten hebben hun eigen muziekprofiel. Ze focussen elk op verschillende genres en vullen elkaar aan. Zonder de openbare omroep zouden bijna 18.000 nummers (65% van alle nummers) en 6.900 artiesten (59% van alle artiesten) in 2017 niet gedraaid zijn op de Vlaamse nationale radio. Tot slot organiseert de VRT ook tal van muzikale evenementen waar luisteraars rechtstreeks in contact komen met artiesten. Dankzij die inspanningen bevordert de openbare omroep de Vlaamse muzieksector.

Gerrit Kerremans:

“De VRT wil het rijke en diverse muzikale landschap weerspiegelen. Ze streeft via haar verschillende zenders

een divers muziekaanbod na. Dat om enerzijds te beantwoorden aan de verschillende muzieksmaken van haar luisteraars en anderzijds om hen te gidsen doorheen het rijke muziekaanbod.

Vlaamse muziekproducties zijn een onmisbare schakel in het VRT-muziekverhaal. Vlaamse muziek, zowel Nederlandstalig als anderstalig, maakt deel uit van de identiteit van het Vlaamse publiek. Om te garanderen dat Vlaamse en Nederlandstalige muziek voldoende aanbod komt, verbindt de VRT er zich toe drie quota te respecteren met betrekking tot lokaal muziekaanbod: 15% Nederlandstalige muziek op Radio 1 en 30% op Radio 2, en 25% van het totale muziekaanbod zijn Vlaamse producties. De VRT biedt zo een breed platform aan artiesten van eigen bodem om zo de lokale muzieksector maximaal te ondersteunen en het muziekecosysteem te bevorderen.”

Nederlandstalig aanbod van Radio 2



30,59%

Nederlandstalig aanbod van Radio 1



15,67%

Aandeel Vlaamse producten in het muziekaanbod



26,34%

Bron: CIM-Radiostudie-VRT-Studiedienst

PLAGE PRÉFÉRÉE

KIM DEBRIE

Presentatrice Radio 2

Kim Debie trekt in het programma *Plage Préférée* langs de Vlaamse kuststeden en nodigt er onder andere Vlaamse artiesten uit. Het programma is al jaren een vaste waarde tijdens de zomermaanden.

“Tijdens *Plage Préférée* kan ik drie uur lang zonnige radio maken in een optimale sfeer. Nieuwsgierige luisteraars kunnen altijd een kijkje komen nemen tijdens de uitzendingen. Vlaamse artiesten zijn ook steeds zeer blij dat ze bij ons letterlijk en figuurlijk een podium krijgen aangeboden. Twee maanden lang komt er elke dag minstens één Vlaamse artiest langs bij mij. Zo krijg je een zeer indrukwekkende lijst namen die wij uitvoerige aandacht geven voor het grote publiek van Radio 2. Zonder hen zouden wij natuurlijk ook geen hele zomer lang toffe, laagdrempelige vakantieradio maken. Op die manier speelt *Plage Préférée* een rol van betekenis voor vele Vlaamse artiesten.”



VLAAMSE IDENTITEIT

De VRT heeft ook de belangrijke opdracht om onze collectieve geschiedenis in de kijker te zetten. De marathonuitzending van *Nooit meer ten oorlog* was een schot in de roos. Jeroen Kila:

“Alles wat Vlamingen bij elkaar brengt, daar kan de VRT een rol in spelen. De VRT kan een spannende fictiereeks of een sportevenement uitzenden, maar ook een herdenkingsmoment als *Nooit meer ten oorlog*. Kiezen voor zo'n marathon-herdenking is natuurlijk minder voor de hand liggend. Toch zijn we er in geslaagd om het treffend te maken voor de Eén-kijker. Vooral *The Last Post* was een zeer ingrijpend, integer en intens moment. Door de dag heen bereikten we bijna twee miljoen Vlamingen. Omdat zoveel mensen tegelijk naar televisie keken, creëerden we een collectief bewustzijn en samenhang. Je voelde dat *Nooit meer ten oorlog* iets teweeg heeft gebracht.”

Nooit meer ten oorlog
bereikte in totaal
1.967.269
Vlamingen

iD
Jeroen Kila

Aanbodverantwoordelijke Eén





Kamagurka met zijn moeder in Nooit meer ten oorlog.

iD
Chantal Pattyn

Netmanager Klara



Iedereen Klassiek gaat elk jaar door in het Concertgebouw Brugge.



3

CULTUUR

De (buiten)gewoonste zaak ter wereld

Cultuur is er bij de VRT in alle maten en in alle vormen. Elk merk doet aan cultuurbeleving op zijn eigen manier, aangepast aan zijn doelpubliek. De VRT prikkelt de nieuwsgierigheid naar cultuur bij haar kijkers, luisteraars en surfers en moedigt hen ook aan om deel te nemen aan het rijke, culturele aanbod in Vlaanderen. Met al haar captaties, evenementen en uitzendingen zou je kunnen zeggen dat de VRT de grootste cultuursponsor van Vlaanderen is.

Chantal Pattyn:

“Er is een gigantisch cultuuraanbod in ons land. Het is onvoorstelbaar wat je in Vlaanderen allemaal kan beleven op het gebied van theater, dans, klassieke muziek en noem maar op. Het niveau is enorm hoog. Wat Vlaanderen artistiek allemaal klaarspeelt, daar mogen we erg trots op zijn. Cultuur is deel van onze identiteit en het is de taak van de VRT om die culturele excellentie en veelheid zoveel mogelijk aan bod te laten komen. Niet iedereen wordt kunstenaar, maar verbeelding zit in elk van ons. Bij de VRT willen we met die verbeelding ons publiek elke dag prikkelen. Dat doen we met een verdiepend aanbod, maar ook voor een zo breed mogelijke groep. Het niet stigmatiseren van cultuur is daarbij noodzakelijk. Ons principe is namelijk het volgende: Cultuur is de (buiten)gewoonste zaak van de wereld.”



Cultuur heeft een prominente plaats in het aanbod van de VRT. De openbare omroep heeft aandacht voor diverse culturele domeinen in Vlaanderen en daarbuiten. Via de verschillende merken houdt de VRT haar mediagebruikers op de hoogte van het culturele landschap. Specifieke cultuurprogramma's zoals *Pompidou* (Klara) en *Culture Club* (Radio 1) brengen cultuur op een verdiepende manier onder de aandacht.

Verder is de VRT een sleutelspeler in het toegankelijk maken van cultuur voor een breed publiek. Programma's zoals *Hanne danst* (Canvas) en *Van Gils & gasten* (Eén) benaderen culturele thema's op een laagdrempelige manier. Ook liefhebbers van het geschreven woord vinden hun gading bij de VRT. In programma's zoals *Winteruur* (Canvas) vertellen de gasten van Wim Helsen op laagdrempelige manier over literaire teksten die iets betekenen voor hen. Daarnaast heeft de VRT heel wat

digitale initiatieven om cultuur tot bij de Vlaming te brengen. Online is er grote belangstelling voor onder andere *Dagelijkse kunst* op Klara.be, *Van A tot Z* op VRT NU en het *Iedereen Klassiek*-kanaal op YouTube.

Culturele evenementen zijn het middel bij uitstek om cultuur bij een groot publiek te brengen en dat publiek bekend te maken met dingen die ze nog niet kenden. De VRT is de grootste culturele sponsor van Vlaanderen. Ze gaat samenwerkingen aan met tal van partners, zoals deSingel, Kunstenpunt en Concertgebouw Brugge om de diversiteit en rijkdom aan culturele evenementen in Vlaanderen en Brussel in de kijker te zetten.

De VRT zet daarnaast in op eigen evenementen die cultuur benaderen op een levendige en actieve manier en het publiek zoveel mogelijk laten deelnemen aan het culturele leven in de Vlaamse Gemeenschap.

Klarafestival

**23.500
bezoekers**

Ketnet
Zomertour

**10.000
bezoekers**

MIA'S

**770.000
kijkers**

Iedereen
Klassiek

**12.800
bezoekers**

in Brugge



IEDEREEN KLASSIEK

SANDER DE KEERE

Radiopresentator bij Klara

Sander De Keere heeft zijn eigen YouTube-kanaal *Iedereen Klassiek* waarin hij zijn passie voor klassieke muziek verspreidt.

“Klassieke muziek is voor sommigen een grote stap, maar eigenlijk is het heel evident om naar te luisteren. Dat wil ik aantonen met de video’s op het YouTube-kanaal van *Iedereen Klassiek*. Ik zoek steeds naar een mooie balans tussen voldoende toegankelijk en inhoudelijk sterk. In korte, meer ludieke videofragmenten bespreek ik telkens een onderwerp uit de klassieke muziek. Bijvoorbeeld wie het Requiem van Mozart voltooide of waarom klassieke muziek en tekenfilms voor elkaar gemaakt zijn. Op die manier kan ik de schoonheid en kracht van klassieke muziek op een frisse manier tot bij mijn publiek brengen.”









iD
Ruud Hendrickx

Taaladviseur

Hier spreekt men Nederlands

Dat taal belangrijk is voor de VRT spreekt voor zich. Voor een openbare omroep is de standaardtaal de norm. Alles begint met taal. Correct taalgebruik speelt een grote rol in de dagelijkse werking van de VRT, maar ook daarbuiten. Want de VRT stimuleert niet enkel het correct taalgebruik binnen de VRT, ze speelt ook een leidende rol in het taaldebat in de maatschappij. **Ruud Hendrickx** vertelt over het belang van taal voor de openbare omroep.

Waarom hecht de openbare omroep zoveel belang aan taal?

“De VRT wil een zo groot mogelijke groep mensen bereiken. Dat doe je het beste door het soort Nederlands te gebruiken dat door iedereen goed wordt begrepen en goed wordt verstaan. Het is zoals mijn voorganger altijd zei: “Je moet ervoor zorgen dat je je luisteraar niet ergert, want een geërgerde luisteraar luistert niet meer.” Dat is effectief zo. Daarom besteden we heel wat aandacht aan een verzorgde uitspraak, articulatie en grammatica. De manier waarop je iets zegt, mag het begrijpen niet in de weg staan. De aandacht moet gaan naar de inhoud, niet naar de vorm. Omdat taal zo’n grote rol speelt, hebben we ons taalbeleid uitgeschreven in het Taalcharter. Dat charter vormt de handleiding voor onze medewerkers en is online te raadplegen.”

Hoe is de taal op de VRT geëvolueerd?

“Vroeger werd er gekeken naar Nederland om te bepalen wat juist of fout was op vlak van taal. De taal was het doel, niet het middel. Iedereen moest en zou

“nieuwsnederlands” spreken in alle omstandigheden. Dat is tegenwoordig toch wel anders. Taal is een middel geworden waarmee we onze doelstellingen bereiken. Het standaardnederlands is de basis, maar het register kan variëren afhankelijk van de context en de doelstelling van de boodschap. We merken dat het publiek een lichte tongval wel tolereert, vooral in programma’s waar de eigenheid en de identiteit van de spreker centraal staan. Philippe Geubels hoeft in *Taboe* bijvoorbeeld geen Standaardnederlands te spreken. Zijn humor en persoonlijkheid zijn in die context belangrijker. Dat geldt niet voor een programma als *Het Journaal*. Daar wordt sowieso het Standaardnederlands gehanteerd, “nieuwsnederlands” wat het register betreft.

Dialect en tussentaal zijn niet toegestaan, behalve in fictie. Daar kan het de authenticiteit van de verhaallijn en personages vergroten. Deze uitzondering op de Standaardnederlandsregel geldt echter niet voor kinder- en jeugdfictie. Op Ketnet is enkel de standaardtaal toegestaan, zodat kinderen het goede voorbeeld krijgen.”

Hoe stimuleert de VRT taal in de Vlaamse maatschappij?

“De VRT speelt een rol in het maatschappelijke taaldebat en wil dat ook blijven doen naar de toekomst toe. Door acties zoals de *LangZullenWeLezen-trofee* en De Taaldag blijven we de mensen inspireren en intrigeren rond taal. De LangZullenWeLezen-actie willen we ook volgend jaar herhalen. De boodschap “Neem eens een boek vast” slaat immers goed aan.

Taalminnende Vlamingen kunnen daarnaast altijd een bezoekje brengen aan de vernieuwde taalwebsite van de VRT, of zich abonneren op de gratis taalmail. In de taalmail staan heel wat interessante taalweetjes en -tips. De taalmail bereikt ondertussen wekelijks zo'n 30.000 Vlamingen.

Daarnaast blijven we ook samenwerken met partners zoals het Instituut voor Levende Talen van de KU Leuven en De Standaard, waarmee we De Schrijfassistent hebben ontwikkeld. De Schrijfassistent is een online schrijfhulp die iedereen kan en mag gebruiken om correcte teksten te schrijven.”

Wat brengt de toekomst op het vlak van taal?

“De VRT heeft de opdracht om verbindend te zijn. Dat wil zeggen dat iedereen zich bij de VRT thuis moet voelen.

Dat geldt ook voor taal. Iedereen moet zich in de taal van de openbare omroep kunnen herkennen. Dat houdt enkele implicaties in voor onze interpretatie van de toekomst van taal op de VRT. We leven in een heel diverse maatschappij, met mensen van allerlei culturen, leeftijden, sociale klasse... Zij spreken allen een variant van het Nederlands. Het is belangrijk dat de VRT die taaldiversiteit die in de maatschappij leeft en je op straat hoort, ook laat horen op radio en televisie. Zo kunnen de mensen zich meer herkennen in wat wij brengen. Die herkenbaarheid mag je niet onderschatten. Mensen moeten zich kunnen identificeren met de openbare omroep. In feite gaat dat om integratie. En we kunnen enkel iedereen integreren als we accepteren dat de Standaardnederlandstalige accenten ruimer moeten worden geïnterpreteerd dan nu het geval is.

Nu, dat betekent natuurlijk niet dat we zomaar moeten afstappen van het Standaardnederlands. Het Standaardnederlands is en blijft de norm op de VRT. We moeten enkel beseffen dat, afhankelijk van de context, meer variatie en differentiatie mogelijk moet zijn wat de gebruikte registers betreft.

Mensen aanzetten om te lezen, hen warm maken voor taal en hen inspireren en verbinden via taal, dat is iets wat we doen en zullen blijven doen.”



Campagnebeeld voor de *LangZullenWeLezen*-actie met Sieglinde Michiel.

iD

Fran De Vriese

Merkbeleving VRT NWS en
verantwoordelijke onderwijs





Go! Atheneum Aalst won in 2018 De Straffste School van MNM.

5

EDUCATIE

Van hier tot in de klas

De VRT heeft een breed-educatieve taak voor alle generaties. De openbare omroep wil de Vlaamse mediagebruikers informeren en inspireren, zonder daarbij belerend te zijn. De VRT besteedt daarom heel wat aandacht aan belangrijke maatschappelijke thema's op een laagdrempelige manier. Het stimuleren van actief burgerschap en aandacht voor wetenschapseducatie zijn daarbij actiepunten. Speciale aandacht gaat uit naar de opleiding van jongeren en kinderen. De VRT ondersteunt hen in hun persoonlijke en maatschappelijke ontwikkeling, in samenwerking met het onderwijs. **Fran De Vriese:**

Wat houdt de educatieopdracht van de VRT in?

“Educatie speelt een belangrijke rol in de werking van de VRT. Via educatie en onderwijs informeren en inspireren we zowel de gewone Vlaming als de Vlaamse jongeren. Concreet komt het erop neer dat we actief meewerken aan educatieve projecten, de band met het onderwijs versterken via allerlei acties en programma's, en educatieve elementen introduceren in ons aanbod.



1

Journaal

5

Koppen

2

Karrewiet

4

Iedereen beroemd

3

Terzake

Top 5 opgevraagde VRT-programma's bij Het Archief voor Onderwijs

De openbare omroep werkt mee aan heel wat educatieprojecten, waarbij bijleren echt de allereerste doelstelling is. Een voorbeeld daarvan is *De Universiteit van Vlaanderen*. Professoren geven wekelijks een lezing waarin ze hun wetenschappelijke kennis in begrijpelijke taal uit de doeken doen. Wetenschap toegankelijk maken voor het grote publiek, dat is een onderdeel van de educatieopdracht.”

Rondleidingen voor onderwijs

Daarnaast mag de VRT jaarlijks zo'n 26.000 bezoekers verwelkomen op op haar domein, waarvan meer dan de helft scholieren. Ook dat is een onderdeel van de educatieopdracht: leerlingen die in het kader van onderwijs naar de VRT trekken. Zo krijgen ze een unieke blik achter de schermen en ervaren ze aan den lijve hoe het is om radio of een journaal te maken. Afgelopen jaar werkte de VRT daarvoor ook samen met het Vlaams Parlement. Jongeren bezochten eerst het Vlaams Parlement, en vervolgens de VRT, waar ze onder andere werden rondgeleid op de nieuwsdienst.

Welke rol speelt de VRT in de educatie van jongeren en kinderen?

“De educatie van jongeren en kinderen is een belangrijk onderdeel van de educatieopdracht van de VRT. We willen hen ondersteunen in hun persoonlijke en maatschappelijke vorming. Daarvoor werken wij samen met het onderwijs. Jongeren en kinderen willen we tot in de klas bereiken met onze programma’s. Ook acties zoals *De Strafst School* (MNM), de *Move tegen pesten* (Ketnet) en de *Marathonradio* (MNM) brengen de VRT tot in de klaslokalen.

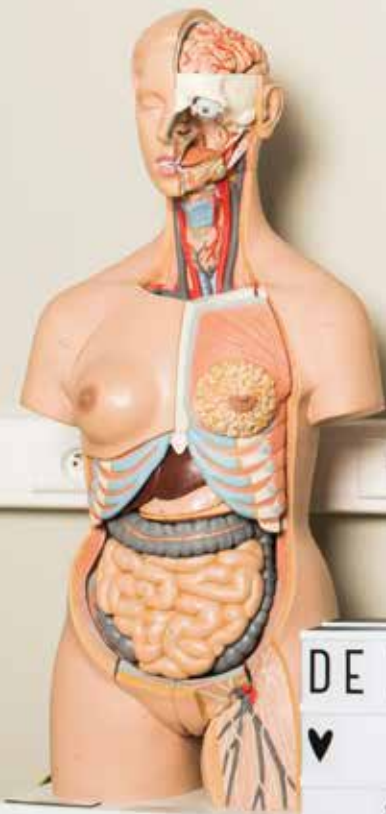
Voorals Ketnet speelt een grote rol bij het vervullen van onze educatieopdracht. Zij maken heel wat programma’s met een educatieve inslag op maat van kinderen. Denk maar aan *De dokter Bea show*, waarin kinderen leren over seksualiteit en relaties op een manier die zij kunnen begrijpen en plaatsen. Dat programma bereikte heel wat kinderen tussen 4 en 12 jaar.

Het populairste en meest gekende educatieve kinderprogramma is *Karrewiet*. *Karrewiet* wordt vaak gebruikt in de lessen. Leerkrachten kunnen via het Archief voor Onderwijs gebruik maken van audiovisueel VRT-materiaal. *Karrewiet* blijkt het op een na meest opgevraagde programma te zijn bij Het Archief voor Onderwijs, en het meest opgevraagde kinderprogramma.

Voor de iets oudere jongeren zijn we in 2017 gestart met KLAAR. Niet alle jongeren uit het secundair onderwijs vinden gemakkelijk de weg naar de VRT. Speciaal voor hen is er KLAAR, nieuws op maat van jongeren.”

KLAAR

KLAAR is een project van VRT NWS, waarin we video’s maken die we wekelijks aanbieden aan leerkrachten. Op die manier biedt VRT NWS op maat gemaakte inhoud aan waarmee leerkrachten aan de slag kunnen gaan in hun lessen. De video’s kunnen dienen als opstapje naar een gesprek of als ondersteuning bij een actueel onderwerp dat in de klas wordt behandeld. KLAAR zorgt ervoor dat een ingewikkeld of gevoelig onderwerp op een duidelijke manier wordt uitgelegd. We kiezen voor verschillende, actuele onderwerpen: moeilijke thema’s of heftige gebeurtenissen die verduidelijking nodig hebben, maatschappelijke thema’s waar veel om te doen is of onderwerpen die zich afspelen in de leefwereld van jongeren. Met andere woorden, alles wat een tiener nodig heeft om onze samenleving te begrijpen.



DE DOKTER
♥ BEA ♥
SHOW



OVER ETEN

Over eten informeert de Eén-kijker over iets wat hij elke dag doet: eten en drinken. We willen de kijker voeden met informatie over alles wat er op zijn bord ligt of wat hij in zijn glas giet. Er bestaan heel wat volkswijsheden en mythes over voeding. Keuzes die gezond lijken, zijn het niet altijd.

Over eten wil de kijker iets leren zonder te beleren. We steken geen vingertje op. Iedereen kiest zelf wat hij wel of niet eet, wanneer en hoeveel. We reiken wel tips en alternatieven aan waar mensen over kunnen nadenken of mee aan de slag kunnen gaan.

Hoe draagt de VRT bij tot de mediawijsheid van de Vlamingen?

“De VRT bevordert mediawijsheid door aandacht te hebben voor de toegang tot media, de vaardigheden om media te gebruiken en het kritische begrip van media. Samen met haar partner Mediawijs werkt de VRT aan projecten rond mediawijsheid. Een voorbeeld daarvan is *De Schaal van M* van Ketnet. Daarin leren kinderen spelenderwijs omgaan met de verschillende aspecten van media.

Naast Mediawijs werken wij ook samen met andere partners zoals Imec en Het Archief voor Onderwijs. Deze organisaties staan rechtstreeks in contact met leerkrachten en adviseren ons over onze werking. Daarnaast gaan we ook met de leerkrachten zelf in dialoog. We hebben bijvoorbeeld recent de eerste EDUbox gelanceerd. De EDUbox is een mediaal lespakket over media dat in de les kan worden ingezet. Om er zeker van te zijn dat deze werkt zoals het moet werken, zijn we naar scholen getrokken om daar aan den lijve te ondervinden welke behoefte er leeft en hoe de VRT daar een rol in kan spelen met de EDUbox.

Educatie speelt ook een grote rol in ons programma-aanbod. Veel van onze programma's hebben namelijk een educatieve inslag, zonder belerende schooltelevisie te zijn. Dat noemen we edutainment: educatief entertainment. *Over Eten* is daar een voorbeeld van.”



iD

Hans Roggen

Producer Thuis (Eén)

De seizoensfinale van *Thuis* werd op groot scherm vertoond in in verschillende Vlaamse steden.

6

ONTSPANNING & SPORT

Brengt mensen samen

Ontspanning is cruciaal voor het samenbrengen van mensen. De VRT brengt kwaliteitsvolle ontspanning. Ze neemt informatieve, culturele en/of educatieve elementen op in ontspannende programma's zoals *Generation M (MNM)*, *Gevoel voor tumor (Eén)* en *De ideale wereld (Canvas)*.

De VRT zet in haar ontspannende programma's ook belangrijke maatschappelijke thema's op de kaart. *Thuis* (Eén), een programma dat dagelijks meer dan een miljoen Vlamingen bereikt, is daar een uitstekend voorbeeld van. **Hans Roggen:**

"Elke mens heeft behoefte aan ontspanning. *Thuis* vertelt verhalen van rondom ons. De grote verhaallijnen gaan over de mooie en minder mooie

kanten van het leven, herkenbaar voor elke Vlaming. Die herkenbaarheid vormt de aantrekkingskracht voor het miljoenenpubliek van *Thuis*. Om onze verhalen zo genuanceerd mogelijk te brengen, werken we samen met tal van belangengroepen en organisaties. Als we personen met kanker, ALS of een alcoholprobleem opvoeren, tonen we niet alleen de gevolgen voor het personage in kwestie maar ook de impact op zijn of haar omgeving. De kracht van *Thuis* ligt erin dat het moeilijke onderwerpen onder de aandacht brengt en mensen uitnodigt om te praten over deze thema's. Vroeger werden televisieprogramma's in huiskamers besproken, nu zijn er ook discussies op sociale media of in WhatsApp-groepen. Via welk kanaal dan ook: *Thuis* zorgt voor stof tot nadenken en verbindt de mensen."

ONTSPANNING & SPORT

Ook sport brengt mensen dichterbij elkaar en bouwt gemeenschappen. De VRT zet in op sportnieuws, duiding en analyse. Verslaggeving over sport zet mensen bovendien aan tot sporten en reikt de Vlaming inspirerende voorbeelden aan uit de sportwereld. Gedeelde sportbeleving schept een band. Sportuitzendingen en een digitaal sportaanbod zijn daarom cruciaal om Vlamingen te verbinden. Sporza neemt hierbij het voortouw, maar ook andere VRT-netten hebben aandacht voor sport. Sport staat bijvoorbeeld centraal in documentaires op Canvas zoals *Belga Sport* (over memorabele momenten in de Belgische sportgeschiedenis) of in *Competitiebeesten* (over jonge Vlaamse topsporters) bij Ketnet. **Pieter De Windt:**

“Het unieke aan sport bij VRT is de mooie combinatie van populaire sporten en andere sporten.



Match
Belgie-Frankrijk
WK Voetbal

2.494.114
kijkers

Uitzending Eén 10/07/2018 Live +7

Ronde van
Vlaanderen

1.258.692
kijkers

Uitzending Eén 10/07/2018 Live +7

WK Acrobatische
Gymnastiek
Antwerpen

474.014
kijkers

Uitzending Eén 10/07/2018 Live +7

Belgisch
kampioenschap
Veldlopen

391.847
kijkers

Uitzending Eén 10/07/2018 Live +7

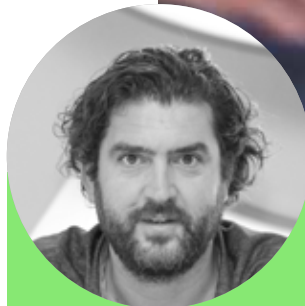
Bron: CIM/GfK Audimetrie – VRT-Studiedienst



Een sterk, breed en relevant sportmerk als Sporza biedt een karrenvracht aan kansen om minder populaire sporten op een voetstuk te plaatsen. Enerzijds zijn er de grote momenten zoals België-Frankrijk op het WK Voetbal of de Ronde van Vlaanderen. Die garanderen relevantie en een groot bereik van Sporza op zowel radio, televisie als online. Het is op die momenten dat we een breed en heel erg divers publiek kunnen aantrekken en er een goede relatie mee kunnen opbouwen.

ONTSPANNING & SPORT

Anderzijds zetten we de kracht van datzelfde sterke merk ook in om zoveel mogelijk mensen kennis te laten maken met sporten die misschien minder voor de hand liggen. Mensen die ingestroomd zijn na het WK Voetbal van 2018 hebben via Sporza bijvoorbeeld ook de erg succesvolle Europese kampioenschappen of het WK basketbal voor vrouwen met de prachtige vierde plaats van de Belgian Cats meegekregen en beleefd. Op die manier zijn we een pleitbezorger van sportbeleving in Vlaanderen. Wij informeren, inspireren en verbinden mensen niet alleen door de Rode Duivels naar een groot publiek te brengen maar ook door sporters als Koen Naert, Nina Derwael of Nafi Thiam op al onze netten aan bod te laten komen.”



iD
Pieter De Windt

Hoofdredacteur sport





iD
Kathy Lindekens

Jongerenadviseur



7

JONGEREN

Zoveel meer dan onze toekomst

Jongeren hebben een speciaal plaatsje in het hart van de VRT. De openbare omroep hecht veel belang aan de leefwereld van jongeren en zet actief in op het bereiken van jonge mensen, via zowel de klassieke kanalen als sociale media. Met projecten als VRT NXT brengt de VRT jongeren in contact met jonge mediamakers. Het digitaal platform OpenVRT geeft talentvolle jongeren een verfrissend forum. Jongeren een stem geven, hen ondersteunen en begeleiden, en hen een creatieve uitlaatklep bezorgen, daar draait het om. De VRT laat zich ook inspireren door jongeren en hun leefwereld om de wisselwerking tussen jongeren en de VRT te versterken. **Kathy Lindekens en Rino Ver Eecke:**

Kathy: "De boutade zegt: 'Jongeren zijn de toekomst.' Wij zeggen: jongeren zijn er vandaag ook al, met al hun talenten en ambities. We moeten er dus ook vandaag al zijn voor de jongeren en rekening houden met hen. Jonge mensen spreken zich daar meer over uit dan vroeger.

JONGEREN

Ze laten ons heel duidelijk weten dat ze er zijn en erbij horen. Ze staan met hun twee voeten en bakken talent in deze wereld, en ze willen daar iets mee doen. Wij geven hen de kans om met dat talent en die ondernemingszin aan de slag te gaan.

Mijn taak binnen de VRT bestaat uit twee delen. Enerzijds wil ik talentvolle jongeren uit diverse groepen aantrekken, ondersteunen en begeleiden. Anderzijds adviseer ik mijn collega's over de leefwereld van de jongeren. Dat is geen gemakkelijke opdracht, want er is niet iets als "de" jongere. De kleurrijke diversiteit die je in de maatschappij terugvindt, vind je ook bij jongeren terug. Ze hebben elk hun eigen achtergrond, cultuur, talenten en interesses.

Om mijn taak uit te voeren, werk ik samen met heel wat jongerenorganisaties. Deze partners brengen me niet enkel in contact met de jongeren zelf, maar adviseren ook over de leefwereld van de jongeren. Daarnaast heb ik ook veel rechtstreeks contact met jongeren. Ik ga naar evenementen die ze organiseren, spreek hen aan en houd contact. Zo blijf ik op de hoogte van wat er onder de jongeren leeft en hoe we hen het beste kunnen begeleiden."





AN DEZEURE

Coördinator VRT NXT

“Eind 2017 voelden we bij VRT JOBS de noodzaak om meer in te zetten op oriëntatie van jongeren naar media, omdat we merken dat niet alle jongeren hun weg vinden naar de VRT en de media in het algemeen. In samenspraak met Kathy Lindekens is zo VRT NXT ontstaan. Concreet resulteerde dit in 2018 in het event VRT NXT LAB, het zomertraject VRT NXT Invasion en de events VRT NXT Mediatalks en VRT NXT Medialabs. Met deze VRT NXT-projecten brengen we jongeren in contact met jonge mediamakers, bieden we hen workshops en inspirerende TED-talks aan en ondersteunen we hen bij het ontwikkelen van hun creatieve mediavaardigheden.”





iD

Rino Ver Eecke

Netmanager MNM



Bron: CIM-Radiostudie-VRT-Studiedienst

MNM

Rino: “MNM richt zich specifiek op jonge mensen. In de huidige complexe maatschappij is het voor jongeren niet altijd evident om hun weg te vinden. MNM ondersteunt en begeleidt hen daarin. We laten ons daarvoor inspireren door het volledige gamma van zaken waar jongeren mee in contact komen in hun leefwereld. Dat gaat van de juiste studiekeuze tot relatieproblemen, of de vraag uit welke pretparken en citytrips je kan kiezen. We bieden jongeren verschillende mogelijkheden aan, zonder hen bij het handje te nemen en de “enige juiste” optie naar voren te schuiven. Elk thema uit de leefwereld van de jongeren kan en mag besproken worden, met respect voor ieders mening en filosofie. We nemen geen standpunten in maar reiken verschillende wegwijzers aan. MNM is als de spreekwoordelijke gids die de jongeren een duwtje in de rug geeft.

MNM wordt met en door jongeren gemaakt. Interactie en cocreatie met, en participatie door jongeren, staat centraal in onze werking. *Generation M* zet daar bijvoorbeeld sterk op in. Het programma is een combinatie van populaire muziek en taboedoorbrekende thema's uit de jongerenwereld. Zo hebben we het bijvoorbeeld over waar jongeren kunnen wonen na de scheiding van hun ouders. Zo'n vraagstuk sluit aan bij de reële leefwereld van heel wat jonge mensen.

Marathonradio is de grootste jongerenactie van de VRT en Vlaanderen. MNM ondersteunt jongeren, en bij uitbreiding hun families, tijdens de moeilijke examenperiode in juni. Drie weken lang geven we hen tips en tricks om die periode goed en wel door te komen. Bij *Marathonradio* richten we ons ook op de ondersteunende omgeving van de studenten, omdat ook zij betrokken raken bij en meeleven met hun studerende broer/zus of zoon/dochter. Mama's, broers of oma's hebben soms even veel stress als hun studerende familieleden, dus willen we ook hen een hart onder de riem steken.

MNM biedt niet enkel entertainment aan. Speciaal voor jongeren maken we, in samenwerking met VRT NWS, MNM NWS. Dat is nieuws op maat van jongeren, toegankelijk en begrijpelijk. Die toegankelijkheid is voor MNM heel belangrijk. We willen alle jonge mensen bereiken, ook zij die minder gemakkelijk de weg naar de VRT vinden. MNM maakt daarom laagdrempelige radio, om die openheid en toegankelijkheid voor alle bevolkingsgroepen te blijven garanderen."

OPENVRT

OpenVRT is een platform voor jong, digitaal, creatief talent uit Vlaanderen, ondersteund door de VRT. Videomakers, vloggers, bloggers.... Kortom, alle mediamakers tussen 18 en 34 jaar kunnen bij OpenVRT terecht. OpenVRT organiseert vier keer per jaar een evenement met inspirerende sprekers en workshops.

Bij OpenVRT is er ook ruimte om samen te experimenteren rond echte vragen of opdrachten van de VRT-merken. Jonge mediamakers met talent inspireren, verbinden met anderen en versterken, dat is OpenVRT







iD

Erik De Snerck

Ontwerp en postproductie



DIVERSITEIT & TOEGANKELIJKHEID

Diversiteit ademen op en naast het scherm

De VRT is *van en voor* iedereen, ongeacht leeftijd, geslacht, afkomst, beperking of geaardheid. Daarom zet de openbare omroep actief in op diversiteit, zowel op als naast het scherm. Daarnaast besteedt de VRT ook heel wat aandacht aan het toegankelijk maken van haar aanbod en digitale platformen voor mensen met een beperking. **Geertje De Ceuleneer en Erik De Snerck:**

Waarom houdt de VRT zich bezig met toegankelijkheid?

Erik: “Wij zetten in op toegankelijkheid omdat we er voor alle Vlamingen willen zijn. Via het toegankelijk maken van ons aanbod kunnen we die mensen bereiken die anders ons aanbod niet zouden kunnen volgen. We hebben daarvoor vier grote hulpmiddelen: audiodescriptie en gesproken ondertiteling voor blinden en slechthorenden, en teletekstondertiteling en Vlaamse Gebarentaal voor doven of slechthorenden.”

Hoe worden hulpmiddelen en producten ontwikkeld?

Erik: “Bij het ontwikkelen van de hulpmiddelen houden we maximaal rekening met de behoeften van de specifieke groepen die ons aanbod niet kunnen volgen. De hulpmiddelen zijn daarnaast ook nuttig voor Vlamingen zonder beperking. Een goed ontwikkeld hulpmiddel voegt namelijk extra comfort toe voor alle gebruikers, niet enkel voor zij met een beperking. Ondertiteling via Teletekst is bijvoorbeeld ontstaan als hulpmiddel voor doven, maar vandaag zijn het vooral mensen zonder beperking die daar gebruik van maken.

Dat gaat dan over mensen die een programma willen bekijken maar het geluid niet kunnen opzetten of zich in een luidruchtige omgeving bevinden. Toegankelijkheid gaat dus niet enkel over het toegankelijk maken van het aanbod en digitale platformen, maar ook over het gebruiksgemak en comfort van alle Vlamingen.”



Waarom is diversiteit belangrijk voor de VRT?

Geertje: "De VRT is de omroep van iedereen, dus willen we iedereen aanspreken en welkom heten. Heel Vlaanderen moet zich thuis voelen bij onze merken en zich herkennen in wat we maken. Dat betekent ook mensen uit alle groepen en van alle achtergronden aan het woord laten.

Diversiteit wordt vaak enkel met huidskleur of migratieachtergrond geassocieerd, maar het is veel meer dan dat. Wij werken rond diversiteit op zes thema's: gender, seksuele geaardheid, handicap, afkomst, ouderen en armoede. Die hebben we niet lukraak gekozen. Het zijn groepen van mensen die ondervertegenwoordigd zijn of op een eenzijdige of negatieve manier in beeld komen. Die moeten we dus waardig en met respect voor ieders eigenheid tonen en laten horen."

Hoe levert het inzetten op diversiteit een meerwaarde op?

Geertje: "De VRT heeft een voorbeeldfunctie. Wij hebben de opdracht en mogelijkheid om te tonen wat er gebeurt in onze maatschappij. Hoe beter je elkaar kent, hoe beter je elkaar kan begrijpen, respecteren en met elkaar kan samenleven.

Ketnet doet dat heel goed. Daar is diversiteit een onderdeel van de dagelijkse werking, zowel op als naast het beeld. Diversiteit is voor kinderen iets vanzelfsprekends, en Ketnet gaat daarin mee. Ook op onze andere netten wordt diversiteit duidelijk naar voren geschoven in heel wat programma's. Denk maar aan *Tytgat Chocolat*, *Taboe*, *M/V/X* of *Down the road*. Ook in programma's als *Thuis* en *Iedereen beroemd* wordt er aan diversiteit gedacht, maar



iD

**Geertje
De Ceuleneer**

Beleidsmedewerker diversiteit

Taboe zet diversiteit in de kijker.

dan op een heel normale manier: diversiteit als deel van de realiteit, zonder daar speciale aandacht op te vestigen.

Om ons diversiteitsbeleid actueel te houden, vergaderen we een paar keer per jaar met onze zes partnerverenigingen, ieder gelinkt aan een thema diversiteit. Dat gaat bijvoorbeeld om de Vrouwenraad, Çavaria en het Minderhedenforum. Samen delen we een doel: een representatieve en genuanceerde beeldvorming. Daarnaast bekijken we de cijfers van de VRT Studiedienst en praten we met de vier universiteiten die onderzoek doen naar media en diversiteit. Die dialoog en cijfers leren ons waar we moeten bijsturen. En dat gaat goed. Tegen 2020 moeten er 40% vrouwen en 7.5% nieuwe Vlamingen op het scherm aanwezig zijn. In 2017 zaten we al aan 38% vrouwen en 8.7% nieuwe Vlamingen.”

vrouwen
streefdoel 2020

38%
40%



nieuwe Vlamingen
streefdoel 2020

8,7%
7,5%





MARC WALRAVEN

Digitale toegankelijkheidsexpert

“Ik houd me vooral bezig met de toegankelijkheid van onze digitale platformen. Daarvoor zetten we bij de VRT sterk in op inclusief werken. Dat betekent dat we mensen met een beperking van begin af aan betrekken bij de ontwikkeling van websites en apps. Die interactie tussen de teams die de digitale platformen ontwikkelen en de eindgebruiker is heel belangrijk. Wij leren hoe we onze producten toegankelijker kunnen maken door samen met de eindgebruiker op zoek te gaan naar de meest eenvoudige manier om de app of website te gebruiken. AnySurfer is daarbij een belangrijke partner waar wij mee samenwerken.”





iD
Marijke Celis

Manager Digitaal Productiecentrum

TECHNOLOGIE & INNOVATIE

Digitaal helemaal mee

Technologische ontwikkeling heeft in de laatste tien jaar voor een explosie gezorgd aan mogelijkheden in mediaconsumptie en -productie. Om relevant te blijven voor alle doelgroepen zet de VRT ook volop in op nieuwe digitale toepassingen. De openbare omroep legt zich toe op technologie en innovatie, zowel met vernieuwende content-formats als met innovatieve digitale producten en distributie. Ze heeft een sterke digitale focus, om ook binnen dit domein aan alle verwachtingen van de mediagebruikers te voldoen. Daarnaast werkt de VRT actief aan de uitbouw van de Vlaamse mediasector van morgen door in te zetten op innoverende projecten.

De VRT zet in op vernieuwende technologie om tegemoet te komen aan de noden van de mediagebruikers. **Marijke Celis:**

“De VRT is een sterk mediabedrijf, wat betekent dat we ons ook richten op een sterk digitaal aanbod. We moeten absoluut het veranderend mediagebruik volgen en zetten daarom in op het creëren van waardevolle digitale ervaringen voor alle VRT-merken. Dat doen we door formats, content en digitale producten aan te bieden. Onze mediagebruikers staan steeds voorop wanneer we nieuwigheden bedenken en toepassen. Zo creëren we een digitaal aanbod met meerwaarde.”

“Met digitale producten als de VRT NWS- en Sporza-app, het online videoplatform VRT NU of de online radiospeler Radioplus bereikt de VRT dagelijks een groot deel van de Vlaamse mediagebruikers. Via ons digitaal aanbod kunnen we nog meer met ons publiek connecteren en interageren, en gaan we voor een brede verspreiding van de VRT-content.”

**De VRT NU-app
is al meer dan
197.016 keer
gedownload**

December 2018



ONLINE RADIO

74.489

bezoekers van
VRT-luisterplatformen
(oktober 2018)

SPORZA-APP

126.483

downloads
(december 2018)

TECHNOLOGIE & INNOVATIE

De VRT bouwt mee aan de toekomst van de Vlaamse media-industrie. Ze investeert daarvoor volop in samenwerkingen met Vlaamse en Europese partners (waaronder startups, omroepen, andere mediaorganisaties, universiteiten en onderzoeksinstituten) om innovatieve ideeën te testen en uit te voeren. Dat model van samenwerking wordt trouwens ook door Europa opgepikt.

De VRT innoveert op vele manieren. Zo geeft OpenVRT de kans aan jong talent om media-ervaring op te doen. VRT Start-up onderzoekt dan weer hoe trends in het medialandschap gekoppeld kunnen worden aan de noden van de Vlaamse mediagebruiker. De hoofdbrok van de innovatie-inspanningen van de VRT bestaat uit enerzijds de talrijke onderzoeksprojecten waarin de VRT samenwerkt met Vlaamse en Europese partners en anderzijds de VRT Sandbox.

SARAH GEEROMS

PROJECTLEIDER VRT SANDBOX INTERNATIONAL

“Het internationale netwerk van Sandbox Hub geeft lokale start-ups de kans om internationaal te schalen. Voorop blijft staan dat de VRT een groeibodem is voor media-innovatie en een voortrekker is in het versterken van zowel het lokale als het internationale ecosysteem.”



VRT Sandbox zet nationale en internationale samenwerkingen op tussen de VRT en start-ups, scale-ups en innovatieve organisaties. De Sandbox Hub bestaat uit Europese omroepen die een eigen starterswerking uitbouwen naar het voorbeeld van de VRT. **Peter De Paepe:**

“Onze partners krijgen de kans om hun ideeën of technologieën verder te ontwikkelen, te valideren en te schalen. Voor hen zoeken we een goede match met onze VRT-programma’s en –medewerkers. Bovendien kunnen ze terugvallen op de expertise, de infrastructuur en de technologische middelen die de VRT in huis heeft. We maken het mogelijk dat onze partners hun activiteiten niet in een labo, maar rechtstreeks op de vloer van de VRT kunnen toepassen. Zo hebben de Sandbox-samenwerkingen een onmiddellijke impact.”

Cocreatie is een belangrijk onderdeel van de werking van VRT Innovatie. Mensen zijn protagonisten langs nieuwe technologische mogelijkheden. Het JijKiest-platform van VRT NWS en de Wall of Moments-app zijn twee voorbeelden van dergelijke cocreatie. Mediabeleving interactief maken, daar draait het om.

“Innoveren is samen durven.
Nieuwe dingen ontwikkelen en
uitproberen met de beste partners die elk
hun sterkte inbrengen. Dat uitproberen
doen we niet in een lab maar wel
rechtstreeks op antenne.”

Dieter Boen,
Manager VRT Innovatie



iD

Peter De Paepe

Hoofd VRT Sandbox



iD
Floris Nieuwdrorp

Projectleider De Warmste Week

ENGAGEMENT

Een hart voor elkaar

Vlamingen dragen elkaar een warm hart toe. Dat blijkt uit de vele acties en evenementen die worden georganiseerd om anderen te helpen en ondersteunen. Ook de VRT speelt daarin een rol. Door middel van verschillende acties en evenementen zet de VRT de Vlaming aan tot solidariteit en engagement. Dankzij het ruime bereik van de VRT in Vlaanderen wordt die solidariteit verder verspreid en gedeeld. Zo draagt de VRT bij tot een warmer Vlaanderen voor iedereen.

Noodhulp bij crises of natuurrampen

Humanitaire crises of natuurrampen vragen om (financiële) hulpverlening. De VRT neemt in zo'n situaties samen met verschillende humanitaire organisaties en partners in Vlaanderen haar engagement op. In overleg met die organisaties en de andere Vlaamse omroepen bepaalt de VRT welke acties gepast zijn om de Vlaming te informeren, te sensibiliseren en aan te moedigen om zijn steentje bij te dragen. Voor het Consortium 12-12 sloegen Mediaaan, SBS en de VRT de handen in elkaar om een geldinzamelactie te organiseren voor de twintig miljoen mensen in Zuid-Soedan, Jemen, Somalië en Nigeria die honger lijden.

Een reclamespotcampagne riep de Vlamingen op om te doneren voor noodhulp.

VRT neemt daarnaast ook de taak op zich om de Vlaming op de hoogte te houden van de stand van zaken in de getroffen landen. Een journalist ter plaatse monitort de situatie en brengt verslag uit voor zowel radio, tv als online. Ketnet brengt via *Karrewiet* nieuws op kindermaat over de problematiek van hongersnoden of natuurrampen.

Eigen hartverwarmende evenementen

De VRT inspireert en verbindt haar publiek ook met eigen hartverwarmende evenementen. Met *De Warmste Week* creëert de VRT op grote schaal betrokkenheid en engagement. De maatschappelijke impact van de grootste solidariteitsactie van Vlaanderen valt niet te onderschatten. **Floris Nieuwdorp:**

“De Warmste Week is uniek omdat elke Vlaming zelf kan kiezen voor welke vzw hij of zij zich wil inzetten. We merken dat mensen dit niet alleen massaal doen, maar ook heel bewust, vaak vanuit een persoonlijke motivatie of band met een vzw.

We zien ook dat de acties van *De Warmste Week* veel betekenen voor de vzw's. In 2018 bracht *De Warmste Week* 17 286 122 euro op voor 1986 goede doelen. Ze krijgen niet alleen een financieel duwtje in de rug, maar ook naamsbekendheid en aandacht tijdens die week. *De Warmste Week* voelt voor de vzw's als erkenning van de samenleving voor het waardevol werk dat zij doen. Zo kan je gerust stellen dat iedereen echt zorgt voor iedereen."

De VRT-netten slaan de handen in elkaar tijdens *De Warmste Week* om diverse acties op poten te zetten. Elk net organiseert eigen acties. Drie radiopresentatoren van Studio Brussel presenteren *Music For Life* tijdens *De Warmste Week*. Eén organiseert onder andere *De Warmste match* en *De Ideale Wereld* (Canvas) de *Kerstsoirtwee*. Ketnet brengt warmte en solidariteit naar de lagere scholen in Vlaanderen met de *Ketnet Koekenbak*. Verder is er *De Warmste Radio*, waarbij vier VRT-radionetten acht uur lang een gezamenlijke radio-uitzending maken. Luisteraars kunnen via sms verzoeknummers aanvragen. Op die manier geeft het verzamelde miljoenenpubliek van Radio 1-, Radio 2-, MNM- en Studio Brussel-luisteraars alle goede doelen van *De Warmste Week* een laatste, geweldige duw in de rug. Ook Klara organiseert een marathonverzoekprogramma, *Klara For Life*. Ten slotte kan de Vlaming in verschillende Vlaamse steden lopen, stappen of joggen tijdens de *Warmathon* en zo een zelfgekozen goed doel financieel steunen.

IEDEREEN TEGEN KANKER

***Iedereen tegen Kanker* is een campagne van de VRT en Kom op tegen Kanker. Zij roepen Vlaanderen op om inzamelacties te bedenken. Het ingezamelde bedrag wordt tijdens een live-show op Eén bekend gemaakt, waarna het integraal geschonken wordt aan Kom op tegen Kanker. Weerman Frank Deboosere is steevast een van de boegbeelden van *Iedereen tegen Kanker*.**

"Kanker maakt geen onderscheid. Iedereen kan kanker krijgen. En dus moeten we samen strijden om die vreselijke ziekte te overwinnen."

Boodschap van Algemeen Nut

De VRT informeert de Vlaming het hele jaar door over allerlei maatschappelijke thema's. Daarvoor biedt de openbare omroep een deel van zijn reclameruimte gratis aan voor spots van humanitaire en maatschappelijke organisaties, zoals de Mucovereninging en Unicef België. De spots moeten passen in een mediacampagne met een duidelijk thema, die binnen een afgebakende periode over heel Vlaanderen georganiseerd wordt door een

Iedereen TEGEN KANKER

Iedereen tegen Kanker 2018 bracht
3.604.335 euro op

3,604,335

Bron: VRT

niet-gouvernementele organisatie die een collectief belang nastreeft. Naast die gratis spots kunnen ook sociale, humanitaire en culturele verenigingen, de vzw's van algemeen welzijn en overheidsinstellingen aan een voordelig tarief het publiek bereiken via boodschappen van Algemeen Nut op Eén en Canvas. Ze kunnen de burger informeren of sensibiliseren, het beleid van een organisatie in de kijker zetten, inzamelacties op poten zetten of een gedragsverandering op gang brengen.



RØDE

0:16:03:14

FUNC

3

MAGN

MENU

Canon

ACCESS

CARD
OPEN

Werkten mee aan dit boek:

Coördinatie: Noëlla Goossens

Redactie: Fien De Coninck & Geerhard Verbeelen

Eindredactie: Fien De Coninck, Charlotte Knapen & Geerhard Verbeelen

Fotoredactie: Claudia Baumlin & Hanan El Bastani

Fotografie: Geert Van Hoeymissen & VRT

Ontwerp & opmaak: Artoos group

ISBN: 9789082606751

© VRT NV van publiek recht, 2019

Verantwoordelijk uitgever:

Bob Vermeir

Manager Communicatie VRT

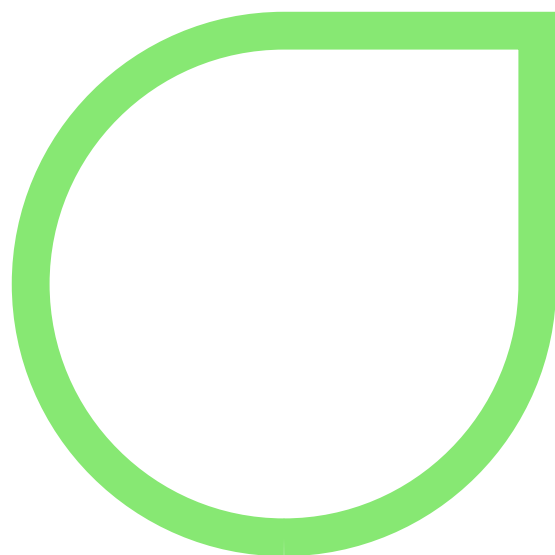
Auguste Reyerslaan 52

1043 Brussel

info@vrt.be

Alle rechten voorbehouden. Behalve in geval van wettelijke uitzondering is elke reproductie, publieke mededeling, beschikbaarstelling of verspreiding van dit boek, in papieren en digitale vorm, voor commerciële doeleinden verboden zonder de voorafgaande en uitdrukkelijke toestemming van de rechtheouders.

De reproductie, publieke mededeling, beschikbaarstelling of verspreiding van dit boek in digitale vorm is toegelaten voor particuliere doeleinden mits bronvermelding.





Maatschappelijke meerwaarde creëert de bestaansreden van de VRT. Het is het doel van al haar inspanningen. Wat de VRT doet, moet maatschappelijk zinvol zijn, impact hebben en nodig zijn. De VRT moet maatschappelijk een verschil maken. Die gedeelde overtuiging en drijfveer maken de openbare omroep als organisatie sterk en tillen de medewerkers boven zichzelf uit. Dat maakt van de VRT een uniek mediabedrijf in Vlaanderen.

Deze publicatie gaat in op enkele thema's waar de VRT actief op inzet om haar maatschappelijke meerwaarde te realiseren. Met het delen van deze kennis wil de openbare omroep verduidelijken hoe ze zijn maatschappelijke rol opneemt en invult.