



vrt

VRT PRESENTEERT

Elke euro rendeert





Elke euro rendeert



INHOUD

| | |
|--|----|
| Voorwoord | |
| Luc Van den Brande - Voorzitter Raad van Bestuur VRT | |
| Paul Lembrechts - CEO VRT | 7 |
| In de cijfers | 11 |
| Hoe de VRT rendeert | 17 |
| Hoe de VRT economische meerwaarde genereert | 23 |
| #1 Media-innovatie Investeren in morgen voor iedereen | 25 |
| #2 De onafhankelijke productiesector Samen verhalen maken voor en over Vlaanderen | 35 |
| #3 De Vlaamse muziekindustrie Een podium voor lokaal talent | 43 |
| #4 De radioreclamemarkt The rising tide lifts all boats | 55 |



PAUL LEMBRECHTS

CEO VRT



LUC VAN DEN BRANDE

VOORZITTER RAAD VAN BESTUUR VRT

VOORWOORD

Luc Van den Brande
Paul Lembrechts

De VRT is de omroep voor iedereen die in Vlaanderen leeft. Het is het publieke profiel dat de openbare omroep onderscheidend en uniek maakt in Vlaanderen. Hij stelt zich namelijk tot doel een divers publiek te bereiken met een breed aanbod dat in de eerste plaats focust op informatie, cultuur, educatie, ontspanning, sport, identiteit en maatschappelijke meerwaarde. Die onderscheidende factor is ook een essentieel element in de beheersovereenkomst met de Vlaamse overheid. De VRT biedt ontegensprekelijk een duidelijke meerwaarde op democratisch, cultureel, maatschappelijk en economisch vlak aan de Vlaamse samenleving.

De openbare omroep kost de Vlaamse belastingbetaler 41,2 euro per jaar.¹ Dat is een investering in informeren, inspireren en verbinden. Maar als mediabedrijf speelt de VRT ook een rol in de Vlaamse economie. Het inzetten van de publieke middelen levert immers een economische meerwaarde op. Door een unieke motor te zijn achter de hele mediasector, buigt de VRT bijvoorbeeld de technologische uitdagingen samen met haar partners

om tot opportuniteiten. De VRT werkt ook samen met andere Vlaamse en internationale mediaorganisaties op het vlak van fictieproductie. Op die manier brengt ze authentieke en kwaliteitsvolle Vlaamse fictie en is ze een directe motor voor de economische bedrijvigheid in de productiesector. Bovendien zijn er nog vele andere manieren waarop de VRT economische meerwaarde creëert met haar investeringen.

De VRT liet een onderzoek rond haar economische meerwaarde uitvoeren door imec-SMIT van de Vrije Universiteit Brussel en Flanders Business School, die verbonden is aan de KU Leuven. Zo kon de impact van de VRT op de economie onafhankelijk bestudeerd worden door academische onderzoekers. Uit het onderzoek bleek onder andere dat de VRT het meeste werk genereert in de audiovisuele sector in ons land. Cameramensen, journalisten, radiomakers... Meer dan 1 op 4 personen die werken in de binnenlandse mediawereld danken hun job rechtstreeks of onrechtstreeks aan de VRT.

¹ Het gaat hier om de publieke financiering van de openbare omroep per inwoner.

VOORWOORD

De studie wees uit dat de jaarlijkse economische meerwaarde van de VRT om en bij 670 miljoen euro ligt. Dat betekent grofweg dat voor elke euro die de overheid investeert in de VRT, er meer dan 2,5 euro naar de economie vloeit. Bovendien geeft de VRT haar geld vooral uit in eigen land. Dat gebeurt voornamelijk via bestellingen bij de Vlaamse audiovisuele productiesector.

Deze publicatie gaat in op de economische meerwaarde van de VRT. We willen ermee delen hoe de openbare omroep een leverancier van meerwaarde is voor de Vlaamse economie. Maar ook hoe de VRT optreedt als hefboom voor de Vlaamse mediasector. Dit boek geeft deels een antwoord op de vraag hoe de VRT met haar dotatie in staat is een kwalitatief sterk en economisch leefbaar Vlaams medialandschap te stimuleren. Maar het gaat ook in op de toekomstige opportuniteiten voor de openbare omroep en de ambities die daarmee gepaard gaan. Door het mechanisme achter de economische meerwaarde die de VRT genereert beter te leren kennen, kunnen er zo in de toekomst nog betere keuzes gemaakt worden in het belang van de Vlaamse economie en samenleving.





De economische impact van de VRT

**670
miljoen
euro**

totale economische
meerwaarde in 2016

1 euro
dotatie genereert
2,51 euro

in de Belgische
economie

dat betekent

5.768

voltijde werknemers
in de Belgische
economie

De dalende publieke financiering van de VRT

**267,2
miljoen
euro**

jaarlijkse directe
dotatie van de
Vlaamse overheid
in 2016

41,2 euro
per inwoner
in 2016 vs.

48,5 euro
in 2007

35%

lagere dotatie
dan Europees
gemiddelde
per inwoner

HET MULTIPLICATOR-EFFECT VAN DE VRT

Multiplicatoren geven de impact van de overheidsinvesteringen in de VRT op de economie weer. De algemene economische meerwaarde wordt berekend door een toepassing van multiplicatoren op de operationele uitgaven van de VRT: naar welke bedrijfstakken gaan de uitgaven van de VRT en welke stroomopwaartse effecten worden daarmee gegenereerd?

De economische meerwaarde van de VRT wordt berekend door zo een 'multiplier'-effect van de openbare omroep op de economie te onderzoeken. Voor 2016 bedroeg die 2,51. Niet alle meerwaarde kan echter exact berekend worden. Vaardigheden en expertise die werden opgebouwd en een effect hebben op de sector, het doorstromen van VRT-talent naar andere mediabedrijven, of het ontwikkelen van 'best practices' of sectorafspraken zijn maar enkele voorbeelden van niet geldelijk te valoriseren meerwaarde voor de Vlaamse economie. Dat zijn de zogenaamde 'intangibile effecten'. Ze zijn moeilijker te vatten door middel van data en zijn vaak aan speculatie onderhevig.

HET ONDERZOEK

De onderzoeksgroep imec-SMIT van de Vrije Universiteit Brussel (VUB) en de Flanders Business School verbonden aan de KU Leuven brachten in 2018 de economische meerwaarde van de VRT in kaart. Dat gebeurde in opdracht van de openbare omroep. De promotoren van het onderzoek zijn **Prof. Dr. Pieter Ballon** (Directeur imec-SMIT, VUB), **Prof. Dr. Tim Raats** (Senior researcher, imec-Smit, VUB), **Prof. Dr. Bart Van Looy** (Gewoon hoogleraar, KU Leuven), **Stephanie Tintel** (PhD researcher & teaching assistant, imec-SMIT, VUB) en **Dhr. Dirk Wauters** (Senior consultant & gastprofessor, KU Leuven).”

De studie had twee doelstellingen. Ten eerste, een algemeen beeld krijgen van de gerealiseerde economische meerwaarde van de VRT, dat ook als nulmeting kan dienen voor verdere monitoring door de VRT of externe onderzoeksorganisaties. Ten tweede, een analyse uitvoeren van een aantal relevante omroepdomeinen van de VRT waar een economische meerwaarde gegenereerd of de Vlaamse economie ondersteund wordt. De geselecteerde onderzoeksdomeinen van de studie zijn de onafhankelijke productiesector, media-innovatie, de radioreclamemarkt en muzieksector. Deze vormen ook de cases in deze publicatie.





Deelnemers aan de VRT Sandbox Sessions, waarop VRT Sandbox haar projectresultaten deelt met de Vlaamse mediasector.



DE TOTALE ECONOMISCHE IMPACT VAN DE VRT (IN PRODUCTIE)

| # Sector | % totale economische impact |
|---------------------------------|-----------------------------|
| 1. Audiovisuele productiesector | 30,58 |
| 2. Arbeidsbemiddeling | 5,14 |
| 3. Creative diensten | 4,96 |
| 4. Communicatie | 4,92 |
| 5. Woning | 4,77 |
| 6. Voeding en drank | 4,26 |
| 7. Computerprogrammering | 4,02 |
| 8. Uitgeverijdiensten | 3,22 |
| 9. Architecten en ingenieurs | 2,78 |
| 10. Reclame en marktonderzoek | 2,66 |

In deze 10 bedrijfstakken is de economische meerwaarde die de VRT betekent met haar directe uitgaven percentueel uitgedrukt. Bijna 31% van die economische impact is voor de audiovisuele productiesector.



DE TOTALE ECONOMISCHE IMPACT VAN DE VRT (IN TEWERKSTELLING)

| # Sector | % totale economische impact |
|----------------------------------|-----------------------------|
| 1. Audiovisuele productiesector | 23,55 |
| 2. Arbeidsbemiddeling | 15,49 |
| 3. Creative diensten | 6,38 |
| 4. Computerprogrammering | 3,49 |
| 5. Cultuur, sport en ontspanning | 3,26 |
| 6. Voeding en drank | 3,13 |
| 7. Communicatie | 2,92 |
| 8. Architecten en ingenieurs | 2,86 |
| 9. Gezondheid | 2,77 |
| 10. Woning | 2,67 |

Als we kijken naar wat de economische impact van de VRT op dezelfde 10 bedrijfstakken betekent in tewerkstelling of VTEs (voltijdse tewerkstellingsequivalenten), kunnen we dat ook procentueel uitdrukken per sector. Hier zien we bijvoorbeeld dat bijna 24% van de tewerkstelling wordt gegenereerd in de audiovisuele productiesector.

Bron: Studie *De economische meerwaarde van de VRT* door imec-SMIT, VUB en Flanders Business School, verbonden aan de KU Leuven. Alle cijfers dateren uit 2016.

**“De VRT rendeert economisch sterk.
De openbare omroep ondersteunt een
hele reeks van economische sectoren.”**

Paul Lembrechts
CEO van de VRT



iD
Paul Lembrechts

CEO VRT

Met formats zoals de *Move tegen pesten* biedt de VRT een meerwaarde aan de samenleving.



INTERVIEW MET PAUL LEMBRECHTS

De beheersovereenkomst die de VRT met de Vlaamse regering sloot voor de periode 2016–2020 focust op de meerwaarde van de openbare omroep voor de Vlaamse gemeenschap. “De VRT bereikt die doelstellingen,” zegt Paul Lembrechts, CEO van de VRT. “Op democratisch, cultureel, maatschappelijk en economisch vlak heeft de VRT een onmiskenbare impact op onze maatschappij.”

Hoe groot is het bereik van de VRT eigenlijk?

Wekelijks weten we meer dan 85 procent van de Vlamingen te bereiken. Alle denkbare gedefinieerde bevolkingsgroepen zijn daarbij, met een verscheidenheid in geslacht, afkomst en leeftijd. Uit verschillende onafhankelijke peilingen blijkt het ook goed te zitten met het vertrouwen bij de Vlaming in de VRT.

Hoe bereik je zo een diverse groep Vlamingen?

Bij de VRT proberen we allesbehalve polariserend te werken. Eerder door respect te hebben voor het verschil in meningen en leefwerelden dan door te definiëren wat goed en fout is, slagen we erin die diverse groep mensen onafhankelijk te informeren, te inspireren en te verbinden. Dat doen we in *Het Journaal* en in actualiteitsprogramma's, maar ook door bijvoorbeeld in te zetten op formats die 'community-building' in de hand werken.

**“De VRT biedt een duidelijke
meerwaarde op democratisch,
cultureel, maatschappelijk en
economisch vlak voor de
Vlaamse samenleving.”**



De Warmste Week of Marathonradio op MNM tijdens de examens, gaan over het samen beleven. Moeilijke onderwerpen in onze maatschappij aankaarten met acties als *Move tegen pesten* van Ketnet is een ander voorbeeld van hoe we de Vlamingen samen proberen te brengen. Zo'n initiatieven zijn populair en daarover zijn we bij de VRT heel tevreden. Die verbindende kracht maakt de openbare omroep uniek.

En die maatschappelijke, democratische en culturele meerwaarde maakt de VRT ook relevant?

Dat klopt. Als openbare omroep tracht de VRT relevant te zijn door effectief een meerwaarde te bieden. Als die er niet meer is, heeft een publieke omroep weinig zin. De VRT verleent haar bestaansrecht daaraan.

Als openbare omroep bouwen we kwaliteitsvol mee aan de identiteit van de Vlaming, bieden we een antwoord op polarisatie, maken we fictie die een lokale inslag heeft, geven we jong en nieuw Vlaams talent kansen. De VRT probeert de Vlaamse samenleving een spiegel voor te houden en ze mee vorm te geven. De VRT is *van* en *voor* iedereen.

Maatschappelijk staat de openbare omroep dus sterk, maar hoe vertaalt zich dat in een economische relevantie?

Een openbare omroep als de VRT bouwt mee aan het Vlaamse media-ecosysteem. Door een hefboom te zijn in de brede mediasector kunnen immers ook andere Vlaamse mediabedrijven groeien.

Het fictiebeleid van de VRT is daar een uitgelezen voorbeeld van. Door sterk te investeren in herkenbare, Vlaamse fictie is de VRT ook een motor achter de kwantitatieve en kwalitatieve groei van de audiovisuele sector in Vlaanderen. Door samen te werken met andere mediabedrijven, omroepen en productiehuizen genereert de VRT immers een directe economische meerwaarde. Dat betekent meer tewerkstelling en een nog sterkere professionalisering voor de Vlaamse audiovisuele sector.

Bij de VRT zien we die hefboomfunctie ook niet in termen van concurrentie. Als we bijvoorbeeld kijken naar de radioreclamemarkt, blijkt dat de analyses van de Vlaamse Audiovisuele Regie (Var) worden bevestigd door de recente studie van imec-SMIT van de Vrije Universiteit Brussel (VUB) en Flanders Business School (KU Leuven) over de economische meerwaarde van de VRT: de rol van de openbare omroep in dat reclamelandschap en het inkomstenplafond dat ons is opgelegd hebben een effect op alle omroepen - ook de commerciële spelers. Wij willen daar de hand reiken en kijken hoe we groei van die radioreclamemarkt voor iedereen kunnen aanslingeren.

Verder zet de VRT sterk in op het investeren in innovatieve mediabedrijven om de technologische uitdagingen van de toekomst om te buigen naar opportuniteiten. Als je de cijfers bekijkt, is de economische impact van de VRT zelfs zeer betekenisvol voor de Vlaamse economie.



MNM-dj Anushka Melkonian geeft een workshop radiomaken aan jongeren tijdens VRT NXT Lab (2018).

Is de VRT nog afhankelijk van haar overheidsdotatie om economisch relevant te zijn in Vlaanderen?

De VRT kreeg een overheidsdotatie van 267,2 miljoen euro in 2016. Mochten we dat omrekenen, betekent dat ongeveer een kost van 41,2 euro per Vlaming. De VRT is daar in grote mate afhankelijk van. Naast de overheidsdotatie haalt de VRT 60% van haar middelen uit eigen inspanningen. In economische meerwaarde, genereerde de VRT 670 miljoen euro in 2016. Dat is gelijkwaardig met 5.767,9 voltijdse medewerkers in de Belgische economie. Als gevolg van VRT-investeringen is

maar liefst 28,2% van de Belgische audiovisuele sector op een of andere manier verbonden aan de VRT. De economische impact van de VRT is dus zeer reëel.

Ik hoop dat de Vlaamse overheid blijft inzien dat een euro in de VRT investeren geen euro verloren is. De openbare omroep beseft maar al te goed dat je elke euro maar één keer kan uitgeven. Elke euro die de VRT uitgeeft, levert een effectieve meerwaarde op voor de Vlaamse samenleving. De publieke financiering is dus zeker verdedigbaar.



Elke euro rendeert. En toch bleef de dotatie het voorbije decennium dalen?

Dat blijkt ook uit de economische meerwaardestudie van imec-SMIT, VUB en Flanders Business School, verbonden aan de KU Leuven. Het gaat over een daling van een jaarlijkse 48,5 euro in 2007 naar 41,2 euro in 2016 per inwoner. Dat staat in schril contrast met sommige van onze buurlanden. De overheid moet dan ook naar het globale plaatje kijken. Het blijft belangrijk dat er een voldoende groot draagvlak blijft bestaan voor een openbare omroep die maatschappelijk en economisch een ruime impact heeft op de samenleving. Het is in het creëren van die meerwaarde dat de VRT het verschil maakt.

Klara-presentator Bart Stouten.





**HOE DE VRT ECONOMISCHE
MEERWAARDE GENEREERT**

CASES



MEDIA-INNOVATIE

Investeren in morgen voor iedereen

De VRT neemt deel aan een groot aantal binnen- en buitenlandse innovatieprojecten. Samen met Vlaamse en internationale partners ontwikkelt de openbare omroep op die manier de mediatechnologie van de toekomst. De VRT wil door een initiële investering in onderzoeksamenwerkingen een hefboom betekenen voor media-innovatie. Het hefboomeffect voor die innovatieve onderzoeksprojecten voor de periode 2011-2020 is duidelijk.

De VRT investeerde over een periode van 10 jaar 6,03 miljoen euro in collaboratief onderzoek rond media-innovatie. Die investering had een hefboom-effect. Door de samenwerkingen, konden andere Vlaamse partners 7,5 miljoen euro extra middelen ophalen. De steun van de Europese commissie en spelers als Google DNI, genereerde nog eens 8,2 miljoen euro voor de Vlaamse onderzoekspartners en hun initiatieven. De initiële investering van 6,03 miljoen euro door de VRT levert dus een uiteindelijke economische meerwaarde van 15,76 miljoen euro op voor Vlaanderen; of heeft een multiplicator-effect van 2,61.

De VRT investeert daarnaast ook in ondernemerschap. Met VRT Sandbox biedt de openbare omroep aan start-ups, kmo's uit de mediasector en andere innovatieve organisaties een tijdelijke locatie en samenwerking aan. VRT Sandbox maakt het zo mogelijk om nieuwe producten en diensten te demonstreren en uit te testen binnen de VRT. De openbare omroep stelt daarvoor zijn productiesystemen ter beschikking, contacten met medewerkers en gebruikers, en een netwerk

van organisaties en Europese omroepen. Naast de innovatieve technologie waarmee de VRT in aanraking komt, betekent dat ook een opmerkelijke groei voor de bedrijven. Sandbox-partners uit 2015 kenden in de twee jaar na de samenwerking zowel een verdubbeling van tewerkstelling als bedrijfskosten.

PAUL LEMBRECHTS **CEO VRT**

“De VRT is een motor voor de Vlaamse media-innovatiesector. Zij zoekt daar zelf gelden voor in Europa. Niet alleen investeert de VRT, ook stimuleert ze innovatie in samenwerking met andere mediabedrijven, die op hun beurt weer nieuwe gelden binnenbrengen in de sector. Zo ontstaat opnieuw een hefboom voor innovatie-ontwikkeling in de Vlaamse mediasector.”

ONDERZOEK BIJ DE VRT

Innovatie-onderzoek van de VRT gebeurt in de periode 2011-2020 in de vorm van:

- Europese projecten met Vlaamse financiering (EU ITEA)
- Imec ICON-projecten
- Europese FP7- en Horizon 2020-projecten
- Google DNI-projecten

DIRK WAUTERS

Gastprofessor KU Leuven

“We hebben in het onderzoek specifiek gekeken naar de activiteiten van VRT Sandbox. Dat is een open innovatieproject van de VRT waar samengewerkt wordt met externe partners. Voornamelijk gaat het hier om start-ups die samen met de VRT innovatieve technologieën of toepassingen ontwikkelen. Meer specifiek namen we de activiteiten van de VRT in 2015 onder de loep.

We onderzochten daarbij wat de economische evolutie van de activiteiten van de start-up-partners was. In het onderzoek zijn we uiteindelijk tot de conclusie gekomen dat hun economische activiteiten in twee jaar tijd meer dan verdubbelden en het aantal werknemers ook bijna verdubbelde. Samen konden de start-ups in twee jaar tijd bijna 20 miljoen euro nieuw kapitaal ophalen na hun samenwerking met VRT Sandbox.”

De **economische meerwaarde** van **innovatieve onderzoeksprojecten** bij de **VRT**

**15,76
miljoen euro**

**totale hefboom
van innovatieve
VRT-onderzoeks-
projecten**

**6,03
miljoen euro**

**totaal onderzoeks-
projectbudget
van de VRT voor
2011-2020**

gepaard met
**7,55
miljoen euro**

**bijkomende onder-
zoeksinvesterings
bij Vlaamse
partners**

genereren
**8,2 miljoen
euro**

**bijkomende
subsidie-inkomsten
uit externe
bronnen**

Resultaten periode 2011-2020

De **economische meerwaarde** van **VRT Sandbox**

**De VRT
Sandbox-partners
uit 2015 kenden
een groei**

meer dan
2,2
keer de
bedrijfsactiviteit
in Vlaamse
partnerstart-ups

sterke stijging
tewerkstelling:
**van 62 naar
116 mede-
werkers**

Resultaten periode 2015-2017

MEDIA-INNOVATIE



iD
Dieter Boen

Manager VRT Innovatie



DE MEERWAARDE VAN MEDIA-INNOVATIE

INTERVIEW MET DIETER BOEN

“Innoveren is samenwerken. Nieuwe dingen proberen doet de VRT niet in een labo, maar rechtstreeks op de vloer,” zegt Dieter Boen, Manager van VRT Innovatie. Maar wat behelst media-innovatie eigenlijk bij de VRT?

Innovatie draait om samenwerking. Om mee te bouwen aan de toekomst van media is de uitwisseling van nieuwe ideeën, inzichten en technologieën cruciaal. Daarom werken we nauw samen met Europese en Vlaamse partners waaronder start-ups, universiteiten, omroepen en andere mediaorganisaties. Door open innovatie kunnen we elkaar versterken, uitdagingen aangaan vanuit verschillende perspectieven en impact creëren. Daarbij kijken we niet enkel naar hoe technologieën bestaande producten of processen kunnen verbeteren, maar ook naar de plaats die ze innemen in de maatschappij. We verzamelen kennis, inzichten en inspiratie om Vlamingen te informeren, te inspireren en te verbinden in de toekomst.

Waarop focust VRT Innovatie?

Als innovatieafdeling blijven we verbonden met de verwachtingen en ambities van VRT-merken, terwijl we ook kijken naar de uitdagingen voor de media op internationaal vlak. Door het inzetten van onze verschillende merken en door ons publiek vroegtijdig te betrekken in onze projecten kunnen we innovatie in de praktijk omzetten.

We focussen op producten en technologieën die ons media-aanbod toegankelijker, interactiever en meer gepersonaliseerd kunnen maken.

Stimuleren jullie ook het ondernemerschap?

We ondersteunen en stimuleren ook ondernemerschap om innovatieve ideeën een groeibodem te geven en de markt te versterken. Zo bieden we met VRT Sandbox op Vlaams niveau en de Sandbox Hub op Europees niveau de kans aan start-ups om nieuwe innovaties uit te testen en door te groeien. Die wisselwerking van kennis en ervaringen biedt een platform voor internationaal ondernemerschap en vernieuwing.

Welke economische meerwaarde is er eigenlijk verbonden aan de media-innovatie die bij de VRT gebeurt?

Volgens het onderzoek van imec-SMIT, VUB en Flanders Business School, KU Leuven zijn er twee belangrijke componenten binnen VRT Innovatie waardoor economische meerwaarde wordt gegenereerd in Vlaanderen. Een eerste innovatiecomponent zou je kunnen samenvatten onder de noemer VRT Innovatie.

Het gaat dan om al die innovatieprojecten die de VRT onderneemt en waarvoor ze financiering en samenwerkingen aangaat met verscheidene partners. Door de hefboomrol die de VRT daarin speelt, werd zo een meerwaarde voor de Vlaamse economie van meer dan 15 miljoen euro gecreëerd in de periode 2011-2020.

Een tweede innovatiecomponent is VRT Sandbox. Die creëert een belangrijke meerwaarde voor de VRT zelf, maar ook voor de externe partners. VRT Sandbox combineert interne en externe bronnen voor zowel de ontwikkeling als het op de markt brengen van nieuwe technologieën en producten. VRT Sandbox werkt voornamelijk met start-ups. Een analyse van de bedrijfsresultaten van de Belgische VRT Sandbox-partners uit 2015 toont aan dat deze bedrijven een sterke groei realiseerden. In de periode 2015-2017 steeg het aantal werknemers bij deze start-ups van 62 naar 116 medewerkers. Hun bedrijfskosten verdubbelden ook. Bovendien haalden de jonge bedrijven maar liefst 19,7 miljoen euro nieuw kapitaal op. De initiële investering is dus meer dan verantwoord als je gaat kijken naar die resultaten.

A woman with long dark hair is wearing a white and black VR headset. She is smiling and looking to her left. Her hands are on the sides of the headset. The background is a blurred indoor setting with blue and orange lighting. A man in a dark jacket is partially visible in the foreground on the left, looking towards the woman. The overall scene suggests a VR demonstration or event.

“We ondersteunen en stimuleren ondernemerschap om innovatieve ideeën een groeibodem te geven en de markt te versterken.”

Media Fast Forward 2018 in Bozar, een jaarlijks evenement waarop de VRT de mediasector uitnodigt om na te denken over de toekomst van media.

© Studio Nunu



ABLEISM vs SEX SHORTHANDS



**“De VRT is een motor voor
de Vlaamse media-innovatiesector.”**

Paul Lembrechts
CEO van de VRT

Investerings van de VRT in de **Vlaamse productiesector**

Investerings
van de VRT in
de Vlaamse
productiesector

gemiddeld gaat

**58,5
miljoen
euro**

naar de
onafhankelijke
productiesector

gemiddeld gaat

**17
miljoen
euro**

naar de
facilitaire sector

Periode 2014-2017



#2

DE ONAFHANKELIJKE PRODUCTIESECTOR

Samen verhalen maken voor en over Vlaanderen

De VRT zet zich in om het Vlaamse media-ecosysteem te ondersteunen zoals vastgelegd in de Beheersovereenkomst 2016-2020. De openbare omroep stimuleert de economische leefbaarheid in het medialandschap om een zo divers mogelijk aanbod te kunnen creëren en aan te bieden. Daarnaast wil de VRT het Vlaamse karakter van de Vlaamse audiovisuele sector vrijwaren. De openbare omroep waakt ook over het naleven van het Sociaal Charter voor de Audiovisuele sector door de bedrijven waarmee zij samenwerkt.

De VRT steunt de Vlaamse audiovisuele sector:

- door producties te bestellen bij onafhankelijke productiehuisen;
- door te bestellen bij facilitaire bedrijven;
- door ontwikkelingsgelden toe te kennen aan externe productiehuisen;
- door coproducties op te zetten (al dan niet in samenwerking met het Vlaams Audiovisueel Fonds);
- door samen te werken met Vlaamse start-ups.



DE ONAFHANKELIJKE PRODUCTIESECTOR

“Kwalitatief is de audiovisuele sector in Vlaanderen zeer sterk. Ook economisch blijft ze groeien.”

Elly Vervloet
expert internationale coproducties drama VRT

Regisseur Jonas Govaerts op de set van *Tabula rasa* samen met actrice Cécile Enthoven.

INTERVIEW MET ELLY VERVLOET

De eerste VRT-fictiereeks die internationaal doorbrak was *Salamander*. Drie jaar later zette de VRT een belangrijke volgende stap door een beleid uit te tekenen dat fictie als belangrijk genre consolideert in haar aanbod. Meer nog, het is de ambitie van de VRT om met fictie een return-on-investment te creëren en het lokale media-ecosysteem te versterken.

De productie van kwalitatieve fictiereeksen met een lokale, authentieke storytelling vereist een grote investering van de VRT. Gelukkig zijn er een aantal initiatieven ontstaan op Vlaams en federaal niveau die de financiering van fictie mee ondersteunen zoals het Mediafonds en de tax shelter-regeling.

De samenwerkingen die de VRT aanging met onafhankelijke Vlaamse productiehuisen en andere omroepen zijn ondertussen uitgemond in een succes. Reeksen als *Beau Séjour*, *Tabula rasa* en *Professor T.* doen het goed in binnen- en buitenland. We vragen **Elly Vervloet**, Expert internationale coproducties drama bij de VRT, wat de resultaten zijn van het fictiebeleid van de openbare omroep en hoe het bijdraagt aan de economische welvaart van de audiovisuele productiesector.



iD
Elly Vervloet

Expert internationale
coproducties drama VRT

Waarom investeert de VRT in fictiereeksen?

Veel heeft te maken met de missie van de VRT: alle Vlamingen informeren, inspireren en verbinden, en zo de Vlaamse samenleving sterker maken. Met onze fictiereeksen willen we aan de Vlaamse identiteit in al haar diversiteit bouwen.

Fictie brengt de Vlamingen samen?

Fictie brengt mensen samen, inderdaad. Fictie is een geliefd en populair genre. Zonder twijfel is dat een van de beweegredenen achter het implementeren van het nieuwe fictiebeleid bij de VRT. Bovendien is het vertellen van verhalen iets wat de Vlaamse aard sterk karakteriseert. De VRT gelooft dan ook sterk in die Vlaamse storytelling, die bovendien ook blijkt aan te slaan in het buitenland.

Hoe sterk is de Vlaamse audiovisuele sector?

Welke rol speelt de VRT in het versterken daarvan?

Onze Vlaamse productiesector is erg creatief en professioneel. Zonder hen zouden we met onze fictie in Vlaanderen nooit zo ver staan, laat dat duidelijk zijn. Bovendien blijven de productiehuisen verder groeien, zowel op kwalitatief als op economisch vlak.

De VRT speelt een belangrijke rol als katalysator in de sector. Wij zijn de grootste investeerder in fictie in Vlaanderen. Door ons engagement en onze investeringen worden andere financieringsmechanismen in gang gezet.

De beslissing om blijvend te investeren in fictie heeft dus een driedig effect: we slagen erin om lokale content te maken op maat van het Vlaamse publiek, door internationalisering exporteren we onze Vlaamse eigenheid, en we zijn een motor achter de kwantitatieve en kwalitatieve groei van de audiovisuele sector in het algemeen.

Waarom wordt er zoveel geïnvesteerd in fictie bij de VRT?

Omwille van al die redenen. Daarnaast is er nog een andere factor: de penetratie van de lokale markten door internationale – vaak Amerikaanse - spelers zoals Netflix, HBO en Amazon. Enerzijds hebben zij het kwaliteitsniveau en de kijkersverwachtingen van fictie opgedreven, anderzijds herkennen Vlamingen zich minder in die reeksen. Die authenticiteit is iets waar wij bij de VRT altijd sterk op ingezet hebben, en wat vandaag relevanter is dan ooit.

Voor alle duidelijkheid: de VRT probeert haar investeringen in fictie op peil te houden op een moment dat de middelen onder druk staan. We slagen daar voorlopig ook nog in. Daarom willen we, waar mogelijk, ook inkomsten genereren die we kunnen herinvesteren in nieuwe fictie. Met reeksen als *Tabula rasa* en *Beau Séjour* is dat gelukt. Zij werden verkocht aan onder andere Netflix, Walter Presents en Arte, en zijn daardoor wereldwijd



Tabula rasa werd voorgesteld op Film Fest Gent 2017 en kort daarna internationaal geprezen.

te bekijken. Door die reeksen te verkopen, krijgen de productiehuisen en de VRT extra geld in de la. Dat wordt dan geherinverteerd in nieuwe fictieproducties en in de ontwikkeling van nieuwe ideeën en concepten.

Is het een gouden eeuw voor de productie van fictiereeksen?

Ik zou niet meteen van een “eeuw” durven spreken want het medialandschap verandert zo snel en is zo trendgevoelig dat we ook niet té ver vooruit moeten kijken. Maar het gaat goed met series, zowel op nationaal als internationaal vlak. Dat is zo. Er zijn vele nieuwe spelers en allianties die duizelingwekkende bedragen investeren

in fictie. Je ziet ook wereldwijd een grote verschuiving van middelen en talent van film naar televisiereeksen.

Hoe nauw werken jullie eigenlijk samen met partners uit de audiovisuele mediasector?

Alle fictie van de VRT wordt vandaag door externe productiehuisen gemaakt, met uitzondering van de dagelijkse fictiereeks *Thuis*.

Voor de VRT is het vooral belangrijk dat alle partners in een samenwerking expliciet streven naar het produceren van drama met een hoge kwaliteit. We kunnen met onze gezamenlijke productiebudgetten misschien niet op tegen

TIM RAATS

Professor en senior researcher imec-SMIT, VUB

“In het onderzoek wordt aangetoond dat de VRT een belangrijke rol speelt op het vlak van fictie. Niet enkel zorgt de VRT voor de productie van heel wat reeksen in Vlaanderen, maar door de grote investeringen per productie blijkt ook een grotere return te bestaan van gelden naar Vlaanderen. Een voorbeeld van zo een fictiereeks is *Tabula rasa*. Door de samenwerking met het Vlaams Audiovisueel Fonds en de tax shelter-regeling, wordt een te hoog kostenplaatje voor de VRT voorkomen. De rol van de VRT in de vooruitgang van de Vlaamse productiewereld is hoe dan ook bepalend. Door de investeringen van de VRT slagen producenten erin een hogere tax shelter-regeling op te halen. Dat vergroot het budget exponentieel en dus ook de kans dat zo'n reeks opgepikt wordt in het buitenland. De rol van de VRT in die internationalisering van de Vlaamse fictie zorgde de laatste jaren voor een enorme inhaalbeweging: veel geld wordt nu in het buitenland gevonden en direct meegenomen in het budget van nieuwe fictiereeksen”

grote internationale miljoenenreeksen als *Babylon Berlin* en *The Crown*, maar door extra financiering te zoeken, slim om te springen met budgetten en een grote portie creativiteit en professionalisme, slagen we erin om reeksen te maken met een hoge productiewaarde en kwaliteit. Internationale distributeurs en coproducenten zien dat graag komen uit Vlaanderen.

Dat betekent niet dat de VRT voor alle producties een internationaal potentieel vooropstelt. Lokale fictiereeksen, dicht bij het leven van de Vlaming, blijven ook belangrijk. Niet elke reeks moet en kan een return-on-investment opleveren.

Welke steun biedt de overheid de VRT eigenlijk in haar queeste om Vlaamse fictie op de kaart te zetten?

Er is extra financiering nodig om fictie te kunnen blijven produceren. Ondanks het feit dat de VRT de grootste investeerder in Vlaamse fictie is, is de inbreng van de VRT alleen niet meer voldoende. Steun van het Mediafonds, de investeringsplicht voor distributeurs en OTT-platformen, en de tax shelter-regeling zijn van groot belang om fictie gefinancierd te krijgen. Zonder het Vlaams Audiovisueel Fonds bijvoorbeeld zou onze missie veel moeilijker te volbrengen zijn. Dat fonds ondersteunt - naast film, documentaire, animatiereeksen en games - fictiereeksen die innovatief, kwalitatief en

maatschappelijk relevant zijn. Daar is sinds kort ook het criterium “exportpotentieel” aan toegevoegd als criterium. Laat dat nu net de parameters zijn die ook voor VRT-fictie belangrijk zijn.

Spiegelt de VRT zich aan een grote internationale speler zoals Netflix?

VRT en Netflix? Wat we gemeen hebben is dat we beide geloven in de kracht en magie van fictie. Maar we bekleden uiteraard volledig andere posities in het medialandschap. De VRT is een openbare omroep die er is voor alle Vlamingen en die een publieke opdracht te vervullen heeft. De belangen en de slagkracht van een wereldwijde, commerciële speler als Netflix zijn totaal verschillend.

De fictiereeksen waarin de VRT investeert zijn wel steeds duurder geworden, nee?

Vlaamse fictie is duurder geworden, dat klopt. Onder andere omdat de kwaliteitsnorm globaal gestegen is. Vergeleken met andere Europese omroepen zijn onze budgetten redelijk marktconform. Als je gaat vergelijken met grote internationale spelers uit de Verenigde Staten of het Verenigd Koninkrijk verbleken onze middelen al snel. Het komt er dus op aan om uit te gaan van onze eigen sterkte, en dat is onze originele, innovatieve storytelling die genre-overschrijdend en een beetje “out of the box” is. Dat gecombineerd met een vormgeving en beeldvoering die helemaal top is,

maakt dat we op dit moment op de internationale radar staan. Lang hebben de Scandinavische landen in de belangstelling gestaan met hun “Nordic Noir”, nu staan de schijnwerpers op ons. We moeten daar bescheiden mee omgaan. Misschien is volgend jaar iemand anders aan de beurt, maar nu is het wel fijn om die internationale erkenning te krijgen. Het bewijst in ieder geval dat we op de goede weg zijn.

LUC VAN DEN BRANDE

Voorzitter Raad van Bestuur VRT

“De VRT is de belangrijkste producent van Vlaamse fictie. Dat doen we in samenwerking met een hele resem productiehuisen en bedrijven die de waarden van de VRT delen. Onze partners zijn kleine en grote spelers, en vrijwel altijd van Vlaamse bodem. Het fictiebeleid van de VRT heeft een belangrijke missie: Vlaamse fictie internationaal relevant maken en door kwaliteitsverbetering ervoor zorgen dat de Vlaamse fictiereeksen ook hun weg vinden naar de internationale markt.”



“De kracht van MNM is, in onze ogen, dat men buiten de lijnen durft kleuren zonder daarbij hun muziekprofiel uit het oog te verliezen.”

Billy Torney
Marketing manager van CNR Records

MNM-dj Anushka Melkonian geeft een workshop radiomaken aan jongeren tijdens VRT NXT Lab (2018).



#3

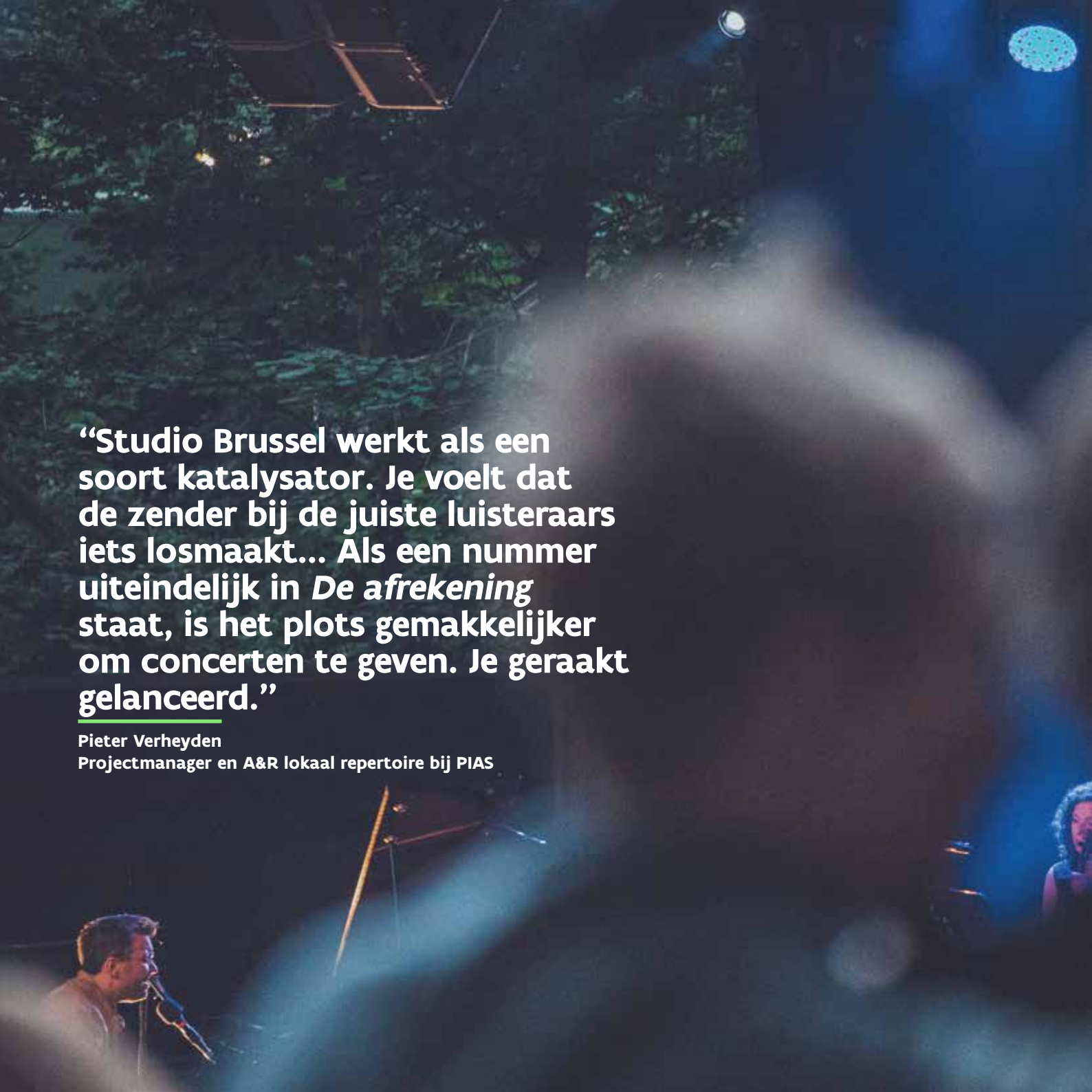
DE VLAAMSE MUZIEKINDUSTRIE

Een podium voor lokaal talent

De muziekindustrie in Vlaanderen groeide tussen 2015 en 2017 met 3%. Dat is goed voor een totaalwaarde van meer dan 73 miljoen euro in 2017. De groei komt door de forse stijging van muziekstreaming van mediagebruikers. In 2017 namen streaming en downloads voor het eerst de overhand in de muziekverkoop met een marktaandeel van 54%. De VRT heeft een belangrijke rol in de economische welvaart van de Vlaamse muzieksector. Ze vormt een vliegwiel voor Vlaamse muziek en artiesten en verbindt de Vlamingen middels Nederlandstalige muziek.

Volgens het onderzoek van imec-SMIT, VUB en Flanders Business School, KU Leuven genereert de VRT een economische meerwaarde op de volgende manieren:

- Airplay voor Vlaamse artiesten
- Betaling van naburige rechten en auteursrechten aan beheersvennootschappen
- Aanbieden van een platform via studio- en publieksessies
- Aandacht op de bredere netten voor muzieksessies
- Muziekcompilaties of commercieel afgeleide producten binnen de 'brand extensions'
- Organisatie van eigen evenementen
- Overeenkomsten en samenwerkingen met concertpromotoren
- Ondersteuning van nieuw talent via 'talent schemes'
- Captatie van muziekevenementen
- Ondersteuning en sponsoring van festivals



“Studio Brussel werkt als een soort katalysator. Je voelt dat de zender bij de juiste luisteraars iets losmaakt... Als een nummer uiteindelijk in *De afrekening* staat, is het plots gemakkelijker om concerten te geven. Je geraakt gelanceerd.”

Pieter Verheyden
Projectmanager en A&R lokaal repertoire bij PIAS

De **economische meerwaarde** van de **VRT** in de **muzieksector**

VRT als versterker
van de Vlaamse
muziek

17.948
nummers
werden enkel op
VRT-radio gedraaid

6.909
artiesten
werden enkel op
VRT-radio gedraaid

377
muziek-
evenementen
gecaptureerd

Cijfers 2017

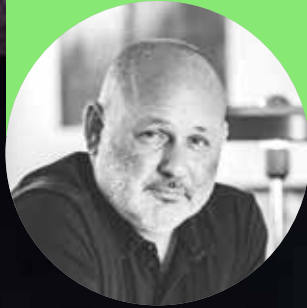
**“Mensen herkennen Oscar and the Wolf of
Bazart door hen op tv te zien. Zo krijgen die
bands een boost. Vervolgens gaat de verkoop
en streaming omhoog.”**

Sam Jaspers
Directeur van Ultratop

iD

Gerrit Kerremans

Dj & Algemeen
muziekcoördinator bij de VRT



DE LIEFDE VOOR VLAAMSE MUZIEK

INTERVIEW MET GERRIT KERREMANS

“The times they are a-changin’...” De muzieksector wordt overrompeld door de streamingdiensten van bedrijven als Spotify en Apple. Heeft dat effect op de economische meerwaarde van de radio voor de Vlaamse muzieksector? We vragen het aan Gerrit Kerremans, Algemeen muziekcoördinator bij de VRT.

Zijn de radiozenders van de VRT populair?

Ja, met de radio van de VRT gaat het eigenlijk zeer goed. Ik ben lid van Eurosonic, de werkgroep popmuziek van de European Broadcasting Union (EBU). Tijdens die meetings met de collega's van de Europese radio-omroepen is het al vele jaren duidelijk dat de VRT koploper is qua bereik en performantie in Europa. Een belangrijke factor in ons succes is dat de muziekprofielen van de verschillende netten vrij uniek en divers zijn. De meeste openbare radio-omroepen hebben één popkanaal, de VRT heeft er verschillende – waaronder MNM en Studio Brussel. Dat maakt het mogelijk om in te zoomen op verschillende deelaspecten van het genre en te differentiëren. Eigenlijk probeert elk radionet van de VRT een specifieke muziekcocktail die interessant is voor een brede doelgroep aan te bieden. Door de sterke muziekmerken die de VRT heeft voor haar radiozenders, weet het publiek zelf makkelijk zijn weg te vinden in die verscheidenheid.

Bazart op de rode loper van de
Music Industry Awards (de MIA's) 2018.

Hoe goed gaat het eigenlijk? Hebben jullie veel luisteraars in Vlaanderen?

Ons radiomarktaandeel ligt boven de 60%. Dat is vandaag uniek in Europa voor een openbare omroep. Op dit moment zijn we nog grotendeels gespaard gebleven van de invloed van muziekstreamingdiensten als Spotify, Deezer of Apple Music op het bereik van de radio. Spotify is verreweg de grootste speler in Vlaanderen. Ze hebben in ons land nooit een grote ‘telecom-deal’ gehad zoals met KPN in Nederland waardoor het gebruik daar explodeerde. Desalniettemin zal Spotify ook in België blijven groeien. De vraag zal dan zijn: zullen ze inhakken op het bereik van onze radionetten, en hoeveel?

Heeft de VRT een strategie om in de toekomst relevant te blijven in die sterk evoluerende muzieksector als radio-omroep?

We zien dat de streamingdiensten steeds meer hun intrede doen in alle dagdelen. Tot nog toe luister je naar Spotify wanneer je je eigen platencollectie niet wil aanspreken, maar een snelle oplossing wil tijdens het ontbijt of 's avonds bij het drinken van een glas. Dat zal allicht evolueren. Om hier een antwoord op te bieden moeten we als omroep onze sterktes uitspelen en dus inzetten op ‘radio maken’. Uiteindelijk is radio veel meer

dan enkel muziek. Dat moeten we echt voor ogen houden. Zo kunnen we optreden als gids voor de luisteraars die hun weg zijn kwijtgeraakt in het overaanbod aan nieuwe muziek dat dezer dagen via het internet op hen afkomt. We moeten relevante presentatoren hebben die een duidelijk muziekprofiel vertegenwoordigen en die de luisteraars kunnen begeleiden in het muziekaanbod.

Draait de VRT overigens een vooropgesteld aantal Vlaamse nummers of artiesten? Met andere woorden: is er een quotum voor Vlaamse muziek?

Ja. De VRT heeft sinds bijna 10 jaar inderdaad een quotum. Onze radionetten draaien samen 25% Vlaamse muziekproducties van de totale muziektijd. Er zijn ook nog andere quota. Op Radio 1 bijvoorbeeld moet 15% van de gedraaide muzieknummers Nederlandstalig zijn. Voor Radio 2 is dat 30%.

Waarom heeft de VRT die quota voor Vlaamse muziek?

Dat is gerelateerd aan de missie van de openbare omroep. De VRT wil een weerspiegeling zijn van de lokale, Vlaamse cultuur. Ze wil ook de Vlamingen verbinden. Vlaamse muziek hoort daarbij. Bovendien creëert het een economische meerwaarde voor de Vlaamse muzieksector.

Dat wil niet zeggen dat we bij de VRT maar blind Vlaamse of Nederlandstalige muziek programmeren. De kwaliteit van de muziek geeft altijd de doorslag. Een slecht Vlaams nummer komt niet in onze playlists. We maken daar weloverwogen keuzes.

Welke economische meerwaarde beoogt de VRT dan te creëren in de Vlaamse muzieksector.

Ten eerste willen we de motor zijn van de carrières van Vlaamse talentrijke artiesten. Dat doen we door een zo groot mogelijk publiek kennis te laten maken met hun muziek. De quota voor airplay zijn daar een goed instrument voor. Maar we proberen ook op andere manieren Vlaamse muziek een platform te bieden bij de VRT. Een manier waarop we aan Vlaamse muziek extra ruchtbaarheid willen geven is bijvoorbeeld via studio- en



publieksessies zoals de *Radio 1-sessies* of *The Tunnel-sessies* van Stubru. In televisieprogramma's zoals *Van Gils & gasten* en *De zevende dag* bieden we ook aan Vlaamse muziekgroepen en muzikanten een breed publiek. Evenementen als de *Music Industry Awards* (de MIA's) - een initiatief van de VRT en Kunstenpunt - hebben ook een directe invloed op de bekendheid van Vlaamse artiesten. Tijdens een hoogkwalitatieve televisieshow worden de meest verdienstelijke artiesten van het afgelopen jaar bekroond tot de hoogste divisie van de Belgische muziek.

Met andere woorden: de VRT wil een stimulator zijn voor de Vlaamse muzikscene – zowel voor gevestigde waarden als voor rijzende sterren. Hoe meer ze worden gedraaid, hoe meer ze worden ontdekt, en des te vaker kunnen die Vlaamse artiesten optreden of platen verkopen.

Ten tweede is er een directe economische meerwaarde door de rechtenvergoedingen die worden uitbetaald. Het gaat om de uitkering van de zogenaamde 'naburige rechten en uitvoeringsrechten' van de beheersvennootschappen SABAM, SIMIM en PLAYRIGHT. Dit is een direct gevolg van de airplay die Vlaamse muziek dankzij de VRT krijgt. En als je weet dat zonder de radionetten van de VRT ongeveer 18.000 nummers en 7.000 artiesten niet zouden gedraaid worden, dan weet je hoeveel artiesten er dankzij de VRT direct inkomsten verwerven via airplay.

Daarnaast blijkt uit het onderzoek van imec-SMIT, VUB en Flanders Business School, KU Leuven dat de VRT ook een vergelijkbare directe economische meerwaarde veroorzaakt door muziekcompilaties uit te geven.


DE VLAAMSE MUZIEKINDUSTRIE

Daarvoor werken we natuurlijk samen met de muziekproducenten. Hetzelfde geldt voor bijvoorbeeld de captatie van muziekevenementen. We kunnen zo wel even doorgaan. Bijzonder zijn ook de talloze compositieopdrachten die de VRT geeft aan Vlaamse auteurs, componisten en producers. Tegen betaling creëren zij nieuwe muziekproducties voor de VRT: generieken, sounddesign, muziek voor fictiereeksen... Noem maar op. Bijvoorbeeld voor Ketnet werden op die manier al ontelbare nummers gemaakt.

Heeft dat ondersteunen van de Vlaamse muzieksector ook andere effecten?

Absoluut. Meer en meer zien we ook het lef ontstaan om Nederlandstalige muziek te maken bij Vlaamse artiesten die altijd al Engelstalige muziek maakten bijvoorbeeld. Door een aantal belangrijke releases die de VRT-zenders promootten, is dat vertrouwen in de Nederlandse taal gestegen – ik heb het dan over platen van De Kreuners in de jaren 80, van Gorki in de jaren 90, maar ook over het succes van bands als Het Zesde Metaal of Bazart... In de *Belpop 100* van Radio 1 scoren die Nederlandstalige bands vandaag heel hoog. Het nummer 'Mia' van Gorki is al vele jaren een vaste waarde in *De tijdloze* van Studio Brussel. Uiteindelijk is dat allemaal echt van bij ons.





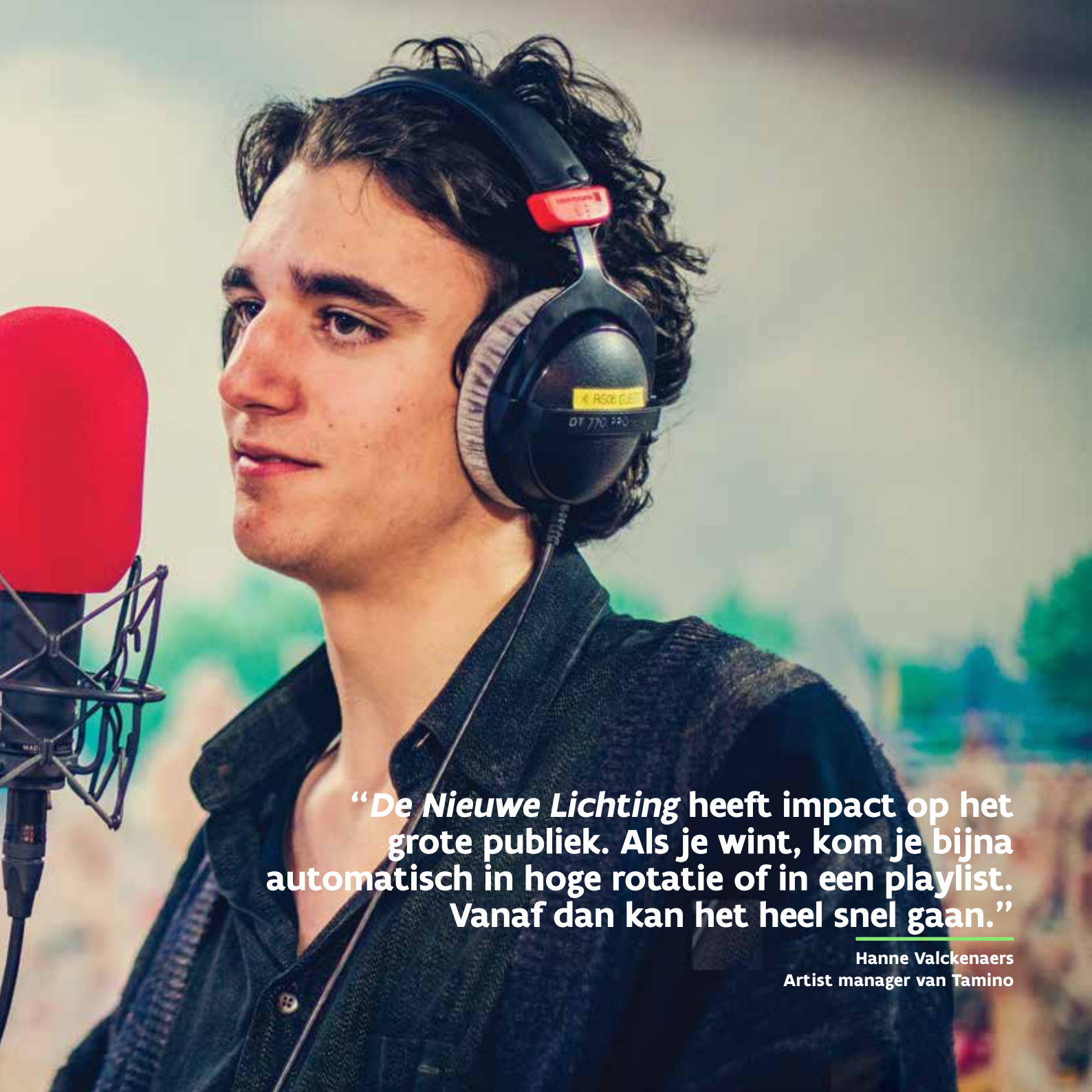
“We gaan eerder een StuBru-showcase doen dan een andere... Het blijft de zender waar je het meeste one-to-one-bereik hebt. Je bouwt er een harde kern op en dat is het belangrijkste. Uiteindelijk is het nog altijd de luisteraar die een band een smoel geeft.”

Alexander Vandriessche
Artist manager DBNR Management



“Qua airplay is Studio Brussel echt relevant voor rockfestivals. De programmatoren bestuderen de playlists. Als je als muzikant of band op StuBru gedraaid wordt, zal je zonder twijfel in aanmerking komen voor de festivals.”

Bram Bostyn
Zaakvoerder BB Management



“*De Nieuwe Lichting* heeft impact op het grote publiek. Als je wilt, kom je bijna automatisch in hoge rotatie of in een playlist. Vanaf dan kan het heel snel gaan.”

Hanne Valckenaers
Artist manager van Tamino



Radio 2 Zomerhit aan de Vlaamse kust kan steeds op veel belangstelling rekenen.



#4

DE RADIORECLAMEMARKT

The rising tide lifts all boats

De sterkte van de radioreclamemarkt in Vlaanderen is uniek in Europa. De VRT haalt met haar dochteronderneming, Vlaamse Audiovisuele Regie (Var), enkel haar fair aandeel uit die markt. De verhouding van het radioreclameaandeel van de VRT ten opzichte van haar marktaandeel in de luistermarkt is ongeveer 1 op 1.

De VRT moet van de overheid haar radioreclame beperken. Uit het onderzoek naar de economische meerwaarde van de VRT blijkt dat dit met grote waarschijnlijkheid tot een tragere groei leidt, of zelfs een daling kan veroorzaken van de volledige radioreclamemarkt. Dit betekent niet enkel een verlies voor de VRT, maar wel voor het volledige radio-ecosysteem in vergelijking met de huidige trend.

THE RISING TIDE LIFTS ALL BOATS

INTERVIEW MET SASKIA SCHATTEMAN

Hoe beweegt de Vlaamse radioreclamemarkt zich in België en Vlaanderen? En welke verbindende rol kan de VRT daarin spelen? We vragen het aan Saskia Schatteman, CEO van de Vlaamse Audiovisuele Regie (Var).

Hoe gaat het eigenlijk met de radioreclamemarkt in België en Vlaanderen?

De radiomarkt in Vlaanderen en België is bloeiend en staat aan de top van Europa qua performantie. Gezien radio maken bij uitstek iets lokaals is, leveren we een directe bijdrage aan de lokale economie.

Kan de Var een economische meerwaarde bieden?

Dat de radioreclamemarkt in de afgelopen jaren is blijven groeien, is geen sinecure in het huidige turbulente mediaklimaat. Het betekent dat adverteerders tevreden zijn over de impact en het medium mee hielpen groeien. 2018 was een speciaal jaar omdat we helaas merken dat de marktgroei in Vlaanderen is gestopt, daar waar die in het zuiden van het land zich doorzet. Dat heeft ongetwijfeld te maken met de beperking van het aanbod door Var om zo exact de beoogde reclame-inkomsten voor de VRT te behalen.

iD
**Saskia
Schatteman**

CEO Var



Welke inkomstenplafonds voor de reclamemarkt zijn er eigenlijk opgelegd aan de VRT?

In de beheersovereenkomst met de Vlaamse overheid gaat het over een totaalplafond voor de VRT. Daarbinnen gelden sub-plafonds voor televisie en digitale kanalen. De totale som komt neer op ongeveer 75 miljoen euro voor de volledige reclame-inkomsten voor de VRT.

Historisch hebben de VRT en Var een grote rol gespeeld in de ontwikkeling van de lokale



“De radiomarkt sterk maken zodat alle mediaspelers floreren, staat voorop.”

Saskia Schatteman
CEO Var

De inspecteur Sven Pichal aan het werk in de studio van Radio 2.

DIRK WAUTERS

Gastprofessor KU Leuven

“In het onderzoek worden scenario’s vergeleken waarin bijkomende beperkingen worden opgelegd aan de radioreclame-inkomsten van de VRT. In vergelijkend perspectief bekeken we ook een basisscenario waarbij de markt blijft groeien zoals ze de afgelopen jaren heeft gedaan. Wanneer we die scenario’s naast elkaar leggen, zien we dat dalende inkomsten een nefast effect hebben voor het hele ecosysteem. Voor de openbare omroep, maar ook voor de commerciële omroepen.”

radioreclamemarkt. Dat zal vriend en vijand erkennen, denk ik. Het staat ook in de missie van de VRT en Var: we ondersteunen het lokale media-ecosysteem. Wij geloven in de strategie ‘the rising tide lifts all boats’. Gezien de huidige daling in de Nederlandstalige radioreclamemarkt is het net nu interessant om samen met alle spelers na te denken over hoe Var de lokale markt kan blijven ondersteunen en ontwikkelen. De radiomarkt sterk maken zodat alle mediaspelers floreren, staat voorop.

WAT IS VAR?

Var* is een mediaregie die reclameruimte aanbiedt bij de content van VRT-radio, -tv en -websites. Daarnaast geeft Var creatief mediaadvies.

Var is de link tussen een campagne en...

- **VRT-radio:** de reservering en mediaplanning van reclameruimte voor alle VRT-radiokanalen. Daarnaast verbindt Var merkenamen aan een van de vele radio-evenementen of -acties.
- **VRT-televisie:** adverteerders kunnen een tweejarig alliantiepartnership aangaan met Eén, Canvas of beide. Daarnaast kunnen overheidsinstellingen, vzw's van algemeen welzijn, humanitaire, sociale en culturele organisaties de burger informeren over hun beleid via Boodschappen van Algemeen Nut.
- **de VRT-websites en -apps:** adverteren kan ook op de websites en apps van de radio- en tv-netten van VRT, die tot de sterkste mediawebsites van Vlaanderen behoren.
- **...en Spotify:** voor audio- en videoreclame op Spotify Belgium, zowel in het Nederlands als in het Frans.

* www.var.be



Klara

PROF. BART VAN LOOY

**Professor KU Leuven & Decaan
Flanders Business School**

“Uit de radiomarktanalyse in het onderzoek blijkt zeer duidelijk dat wanneer we de radioreclame-inkomsten bij de VRT gaan begrenzen, het niet de andere lokale spelers zijn die daar de vruchten van plukken. Eerder zijn het andere mediakanalen en internationale spelers die de radioreclame-inkomsten binnenhalen.”

Klarapresentator Sander De Keere is helemaal weg van de postcasts van Klara.



Werkten mee aan dit boek:

Coördinatie: Noëlla Goossens

Redactie en eindredactie: Daphne Carolus

Fotoredactie: Claudia Baumlin, Daphne Carolus & Hanan El Bastani

Fotografie: Geert Van Hoeymissen & VRT

Ontwerp & opmaak: Artoos group

ISBN: 9789082606744

© VRT NV van publiek recht, 2019

Verantwoordelijk uitgever:

Bob Vermeir

Manager Communicatie VRT

Auguste Reyerslaan 52

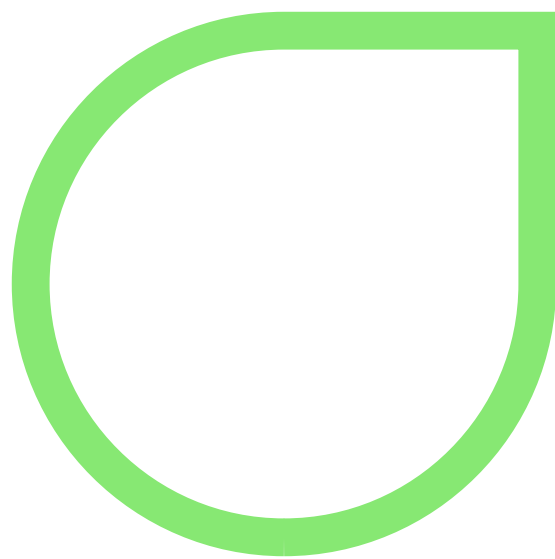
1043 Brussel

info@vrt.be

Meer weten? www.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.





De VRT is er voor iedereen die in Vlaanderen leeft. De jaarlijkse bijdrage aan de VRT van de belastingbetaler is een investering in het informeren, inspireren en verbinden van de hele samenleving. Met haar middelen speelt de VRT ook een relevante rol in de lokale economie. Voor elke euro die de overheid in de VRT investeert, vloeit er 2,5 euro naar onze economie.

Deze publicatie gaat over hoe elke euro bij de VRT rendeert. Ze toont aan dat de VRT economische meerwaarde genereert. Daarmee wil de publieke omroep het debat voeden over zijn bijdrage aan de Vlaamse economie en zijn rol ten aanzien van de Vlaamse mediasector.