

vrt



JAARVERSLAG 2010

<b>VOORWOORD</b> .....	<b>3</b>
<b>INLEIDING</b> .....	<b>4</b>
<b>DE OPDRACHT VAN DE OPENBARE OMROEP</b> .....	<b>5</b>
<b>BIJDRAGEN AAN DE VLAAMSE SAMENLEVING</b> .....	<b>5</b>
DE ROL VAN DE OPENBARE OMROEP IN VLAANDEREN.....	5
DE INVULLING VAN DE OPENBARE OMROEPOPDRACHT.....	6
1. <i>Onafhankelijk nieuws en informatie</i> .....	6
2. <i>Culturele hefboom</i> .....	8
3. <i>Sporters en supporters</i> .....	9
4. <i>Van wetenschap tot kennis</i> .....	10
5. <i>De Vlaamse dimensie</i> .....	11
6. <i>Ontspanning voor iedereen</i> .....	13
<b>HET VRT AANBOD</b> .....	<b>14</b>
NETTEN.....	14
<i>Eén voor allen</i> .....	14
<i>Canvas: mag het iets meer zijn?</i> .....	15
<i>Ketnet voor, door en met kinderen</i> .....	16
<i>Radio 1 op het ritme van de actualiteit</i> .....	17
<i>Radio 2 dicht bij de luisteraar</i> .....	18
<i>MNM muziek en meer</i> .....	19
<i>Studio Brussel = muziek</i> .....	20
<i>Klara alles voor de kunst</i> .....	21
<i>RVi het beste van Vlaanderen</i> .....	21
<i>BVN</i> .....	21
EXTRA DIGITAAL AANBOD.....	22
HET PRODUCTIEBELEID.....	23
BEREIKEN VAN DE VLAMING.....	27
<b>MENSEN EN MIDDELEN</b> .....	<b>39</b>
HET MENSELIJK KAPITAAL.....	39
TECHNOLOGIE EN INNOVATIE.....	42
<b>KWALITEITSBELEID</b> .....	<b>44</b>
FUNCTIONELE KWALITEIT.....	44
PUBLIEKE KWALITEIT.....	51
ETHISCHE KWALITEIT.....	54
OPERATIONELE KWALITEIT.....	57
ANNUAL REPORT - SUMMARY.....	59
RAPPORT ANNUEL - RÉSUMÉ.....	60
JAHRESBERICHT - ZUSAMMENFASSUNG.....	61

Deel 2  
FINANCIELE PERFORMANTIE  
PERFORMANTIEMAATSTAVEN

P1-30  
P31-37

## VOORWOORD

2010 was voor de VRT een bewogen maar ook een boeiend jaar. De eerste helft ervan werd beheerst door de opmaak van een ingrijpend besparingsplan. Nu 65 miljoen euro besparen is noodzakelijk om op termijn de toekomst van de VRT te vrijwaren. Het succesvol uitwerken van dit plan was enkel mogelijk door een goede samenwerking tussen de directie en de Raad van Bestuur en in nauw overleg met de vakbonden. In het bijzonder wil ik hier Piet Van Roe bedanken. Als interim-gedelegeerd bestuurder heeft hij zich voluit ingespannen om het besparingsplan rond te krijgen. Nu staan we voor de uitvoering van het plan en ik hoop dat dit ook in een goede verstandhouding tussen alle partijen mag verlopen.

De tweede helft van het jaar bracht een nieuwe gedelegeerd bestuurder. Voor het eerst kwam een vrouw aan het roer van de VRT te staan. Sandra De Preter slaagde erin om met haar ploeg in een paar maanden tijd een visie voor de openbare omroep uit te werken, opnieuw in samenwerking met de Raad van Bestuur. Op basis hiervan zullen de onderhandelingen over een nieuwe beheersovereenkomst worden gevoerd. En die worden erg cruciaal.

De VRT is de omroep van alle Vlamingen en van al wie in Vlaanderen woont. Het is dan ook belangrijk dat die zich herkennen in hun openbare omroep. Daarom ook moet de VRT oog hebben voor diversiteit, gericht op alle leeftijdsgroepen, met bijzondere aandacht voor jongeren en kinderen. Dit is een ethische opdracht. Daarin wenst de Raad van Bestuur ten volle zijn rol te spelen.

Voor al deze groepen heeft de VRT een belangrijke maatschappelijke opdracht te vervullen. De openbare omroep moet in de eerste plaats een essentiële, geloofwaardige en betrouwbare pijler van informatie en duiding zijn en een baken van objectiviteit. De VRT is ook een belangrijke cultuurdrager en werkt nauw samen met de cultuursector. Ten slotte brengt de VRT ook sport en ontspanning. Want 'waar de mensen verbonden zijn, moet de VRT zijn'. Deze brede VRT moet ook onderscheidend kunnen zijn en op alle domeinen inzetten op kwaliteit.

Maar tegenover een duidelijke opdracht voor de VRT moet ook een stabiele en adequate financiering staan. Alleen zo kan de VRT haar maatschappelijke rol volop spelen en de Vlaamse mediasector mee stimuleren. De openbare omroep moet ook transparant zijn en duidelijk uitleggen waarvoor hij zijn mensen en middelen inzet. Dit jaarverslag wil daartoe bijdragen. Het toont opnieuw hoe 2010 voor de VRT ondanks de besparingen een bijzonder succesvol jaar is geweest. Het is de reden waarom we ook voor de toekomst hoopvol gestemd zijn.

**Luc Van den Brande**  
**Voorzitter Raad van Bestuur**

## INLEIDING

De VRT kan opnieuw sterke resultaten voorleggen. De Vlamingen vonden het afgelopen jaar massaal de weg naar de openbare omroep op radio en tv en steeds meer ook via het internet en mobiele toestellen. Weinig openbare omroepen in Europa scoren zo goed op het vlak van bereik en waardering.

De VRT vervult haar opdracht bovendien op een kostenefficiënte manier. Voor 0,12 euro per dag heeft elke Vlaming toegang tot een ruim, gevarieerd en kwaliteitsvol media-aanbod. De VRT heeft de voorbije jaren al heel wat inspanningen geleverd om te besparen op werkingskosten. Jaar na jaar kunnen we betere resultaten voorleggen dan vooropgesteld in het financieel plan. In 2010 heeft de VRT voor 55 miljoen euro aan efficiëntiemaatregelen gerealiseerd, dat is 30 miljoen euro meer dan voorzien in de beheersovereenkomst.

In 2011 moet de VRT nog 44 miljoen euro besparen. Dat kan niet zonder fundamentele keuzes te maken. De VRT neemt haar verantwoordelijkheid op, en durft daarbij bestaande gewoonten en manieren van werken ter discussie stellen. Dat vraagt veel flexibiliteit en veerkracht van de hele organisatie. Iedereen levert grote inspanningen om het aanbod voor de luisteraars, kijkers en surfers maximaal te vrijwaren.

Ondanks het succes is de uitdaging voor de openbare omroep om zijn opdracht te vervullen nooit zo groot geweest. De VRT moet zich aanpassen aan een nieuwe economische context, een sterk gewijzigd medialandschap en een samenleving die op zowat alle grote domeinen in transitie is. Samen met alle medewerkers moet een nieuw hoofdstuk in het verhaal van de openbare omroep geschreven worden. We willen voortbouwen op een breed bereik en een hoge kwaliteitsstandaard om onze maatschappelijke rol sterker op te nemen. Een VRT die meer dan ooit de Vlaamse samenleving in al zijn diversiteit bereikt en weerspiegelt, die transparant is en gericht op samenwerking.

De VRT-medewerkers spelen een sleutelrol in het waarmaken van die ambitie. Zij moeten daarvoor de kans krijgen in een organisatie die efficiënter werkt en volop ruimte geeft aan creativiteit, de belangrijkste grondstof van een mediabedrijf.

Onze ambitie vertrekt vanuit de overtuiging dat de openbare omroep een unieke rol vervult. De VRT zet hoge kwaliteitsstandaarden, informeert de Vlamingen op een objectieve manier en stimuleert hen in hun burgerschap. Een sterke openbare omroep die alle Vlamingen bereikt draagt zo bij tot de uitbouw van een warme en dynamische Vlaamse samenleving. Het is dan ook vanuit deze ambitie dat de VRT uitkijkt naar de nieuwe beheersovereenkomst met de Vlaamse regering.

**Sandra De Preter**  
**Gedelegeerd bestuurder**

## DE OPDRACHT VAN DE OPENBARE OMROEP

De VRT voert haar openbare omroepopdracht uit op basis van de richtlijnen die verschillende overheden hebben voorgeschreven. De openbare omroep handelt volgens principes uit de Resoluties van Praag (1994) en Krakau (2000) van de Raad van Europa en de bepalingen die opgenomen zijn in de mediadecreten (artikel 6) en de beheersovereenkomst.

Met de beheersovereenkomst 2007-2011 bepaalde de Vlaamse overheid dat de openbare omroep moest doorgroeien naar een digitale omroeporganisatie. Om die reden heeft de VRT nu ook een digitaal tv-aanbod en een internet- en mobiel aanbod.

De openbare omroepopdracht van de VRT werd in de Beheersovereenkomst 2007-2011 ook uitgebreid:

*“Tot de openbare omroepopdracht van de VRT behoren tevens de hierna bepaalde toegevoegde opdrachten:*

*1° Onderzoek en innovatie in de media (...)*

*2° De conservering en ontsluiting van zijn archief door digitalisering ervan (...)*

*3° De renovatie van het omroepgebouw (...)*

*Ook alle operationele activiteiten (personeelsbeleid, technologisch beleid en transmissieactiviteiten) die de uitvoering van de openbare omroepopdracht mogelijk maken, behoren tot de openbare opdracht.*

In het regeerakkoord van de Vlaamse Regering *“Een daadkrachtig Vlaanderen in beslissende tijden. Voor een vernieuwende, duurzame en warme samenleving”* (2009) staat de opdracht van de openbare omroep voor de Vlaamse Gemeenschap duidelijk omschreven:

*“Meer dan ooit moeten (...) de onafhankelijkheid, de pluriformiteit en de kwaliteit van de media en van de informatieverstrekking bewaakt worden. Daarom investeren we in een sterke Vlaamse openbare omroep die bijdraagt tot de verdere ontwikkeling van de identiteit en de diversiteit van de Vlaamse cultuur en van een democratische en verdraagzame samenleving.(...)”*

*De openbare omroep speelt een belangrijke rol bij het beschikbaar stellen van een kwalitatief aanbod via traditionele en nieuwe mediatoepassingen. De publieke opdracht van de openbare omroep moet nauwkeurig en doordacht gedefinieerd worden. Zijn hele aanbod moet maximaal toegankelijk zijn op televisie en op internet.”*

## BIJDRAGEN AAN DE VLAAMSE SAMENLEVING

### ***De rol van de openbare omroep in Vlaanderen***

De maatschappelijke rol van de VRT in Vlaanderen is groot. Dat kan worden afgeleid uit de mediadecreten:

- De openbare omroep ondersteunt de democratische samenleving door het verstrekken van onafhankelijke en waarheidsgetrouwe informatie.
- De VRT bereikt de Vlamingen met een kwalitatief sterk en Vlaams media-aanbod op het vlak van informatie, cultuur, fictie, muziek, kennis & wetenschap en sport. Ze zorgt zo voor een tegenwicht in de geglobaliseerde wereld.
- De VRT stimuleert en promoot de culturele rijkdom en verscheidenheid in Vlaanderen.
- De openbare omroep speelt een cruciale rol in de bescherming van het pluralisme in de Vlaamse samenleving en in de ondersteuning van de Vlaamse culturele identiteit.

- De VRT stimuleert met haar aanbod de sociale cohesie. Daarom ondersteunt ze het diversiteitsbeleid en het gelijkheidsbeleid van de Vlaamse overheid. Tegelijk kan enkel een onafhankelijke omroep garanderen dat specifieke doelgroepen, zoals kinderen en jongeren en Vlamingen in het buitenland, worden bereikt.
- De VRT steunt rechtstreeks de Vlaamse media- en beeldindustrie via (co)producties en onderzoeksprojecten rond innovatie. Onrechtstreeks ondersteunt de openbare omroep ook de Vlaamse economie door aandacht te schenken aan economische gebeurtenissen en evoluties. De omroep is zelf ook een grote werkgever.

## ***De invulling van de openbare omroepopdracht***

De openbare omroep bouwt zijn aanbod rond zes openbare omroepdomeinen:

1. nieuws & informatie
2. cultuur
3. sport
4. kennis en wetenschap
5. Vlaamse identiteit
6. ontspanning

### **1. Onafhankelijk nieuws en informatie**

VRT Nieuws bracht een kwalitatief hoogstaand aanbod van nieuws en informatie. Het hoofddoel is om onafhankelijke, onpartijdige en toegankelijke berichtgeving te brengen die het brede publiek snel en nauwkeurig informeert, zowel op radio als televisie, online en mobiel.

#### **VRT Nieuws live**

De VRT startte met een nieuw format: VRT Nieuws Live. Dankzij de technologische evolutie is het mogelijk om de burger toegang te geven tot het ruwe ongefilterde nieuws. Zo konden kijkers een aantal belangrijke momenten live op hun tv-scherm meemaken: o.a. de voorstelling van het rapport-Adriaenssens, de persconferentie van preformateur Di Rupo, de aankondiging van het ontslag van bisschop Vangheluwe, persconferenties van aartsbisschop Léonard, van het Leuvense parket en van bemiddelaar Johan Vande Lanotte.

#### **Nieuws en informatie op radio**

Elk radionet had nieuwsuitzendingen op vaste momenten, afgestemd op het profiel van het net in kwestie. MNM focuste meer op nieuws en informatie. Het radionieuws zette meer dan ooit in op verslaggeving ter plaatse. Op alle netten samen werden meer dan 20.000 bulletins live gelezen.

Nieuws en informatie zijn de ruggengraat van Radio 1 en worden de hele dag door in een open programmering aangeboden. De nieuwsmagazines *De Ochtend*, *Vandaag* en *Nieuwe Feiten* brengen duiding bij de actualiteit. *De Ochtend* bracht thema-uitzendingen over armoede vanuit Aalst en over de pedofilieschandalen in de kerk vanuit Brugge.

De radionieuwsdienst versterkte de samenwerking met de regionale redacties van Radio 2. Dat resulteerde in beter geïntegreerde bulletins op Radio 2, met een evenwichtige mix van regionaal, nationaal en internationaal nieuws. De luisteraars van de andere netten konden rekenen op een verhoogd aanbod van nieuws en reportages uit de vijf Vlaamse provincies.

<b>Nieuwsuitzendingen op radio en tv per dag en per net in 2010</b> (in min. per dag)		
<b>Radio 1</b>	weekdagen	<b>115,50</b>
	zaterdag	<b>103</b>
	zondag	<b>102</b>
<b>Radio 2</b> (regionaal inbegrepen)	weekdagen	<b>115,50</b>
	zaterdag	<b>91</b>
	zondag	<b>95,50</b>
<b>Klara</b>	weekdagen	<b>86,50</b>
	zaterdag	<b>69</b>
	zondag	<b>69</b>
<b>Studio Brussel</b>	weekdagen	<b>74,50</b>
	zaterdag	<b>75</b>
	zondag	<b>75</b>
<b>MNM</b>	weekdagen	<b>80,50</b>
	zaterdag	<b>78</b>
	zondag	<b>78</b>
<b>Eén</b>	weekdagen	<b>101</b>
	zaterdag	<b>85</b>
	zondag	<b>79</b>
<b>Canvas</b>	weekdagen	<b>35</b>
	zaterdag	<b>11</b>
	zondag	<b>11</b>
<b>Ketnet</b>	weekdagen	<b>23</b>
	zaterdag	<b>18</b>
	zondag	<b>9</b>

### Nieuws en informatie op televisie

Op Eén waren er vier edities van *Het Journaal* (13 uur, 18 uur, 19 uur en Laet) en de programma's *Volt*, *Villa Politica*, *Koppen* en *Koppen XL*. Op zondag was er de wekelijkse talkshow *De zevende dag*.

*Terzake* (Canvas) bracht elke weekdag duiding bij de actualiteit. In december was er een EU-special vanaf het Schumanplein in Brussel, naar aanleiding van het Belgische EU-voorzitterschap. Op Canvas waren er ook de documentaireprogramma's *Vranckx* en *Panorama*, en de laatavondtalkshows *Phara* (voorjaar) en *Reyers laat* (najaar).

Het jeugdjournaal *Karrewiet* kreeg een nieuwe grafische vormgeving en enkele nieuwe rubrieken. Ook op Teletekst was er een ruim aanbod van actualiteit.

### Nieuws en informatie op het internet

Deredactie.be zette haar videoaanbod sterker in de verf. De site bracht heel wat gebeurtenissen in live streaming. Belangrijke voorbeelden zijn de vele politieke, gerechtelijke en kerkelijke persconferenties. De site verhoogde ook haar interactiviteit en stimuleerde het debat met tal van fora, opinie- en achtergrondbijdragen.

### Nieuws en informatie mobiel

**m.deredactie.be** werd gelanceerd, een gebruiksvriendelijke mobiele versie van de **deredactie.be**. **Deredactie.be** werd ook aangepast voor gebruik op een iPad. Mediagebruikers konden tegen betaling een sms-bericht krijgen bij 'breaking news'.

### Nieuws uit het buitenland

Er was bijzondere aandacht voor de viering van 50 jaar onafhankelijkheid van Congo in een speciale reeks in *Het Journaal*, reportages in het radionieuws, in *Terzake* (met Jef Geeraerts) en in *De Ochtend* en *Vandaag*.

Voor VRT Nieuws waren er verslaggevers ter plaatse in Tibet en Noord-Korea, bij grote natuurrampen (Haïti en Pakistan) en verkiezingen (Brazilië en Wit-Rusland). Enkele journalisten maakten als 'embedded journalists' reportages over de Belgische militairen in Afghanistan.

## De federale verkiezingen van 13 juni

De federale verkiezingen kwamen ruim aan bod in de reguliere informatieprogramma's en in gelegenheidsprogramma's.

- *De Zevende Dag* (Eén) was helemaal gewijd aan de verkiezingen met debatten met Vlaamse en Waalse politici.
- In *Het Groot Debat 2010* (Eén) debatteerden alle Vlaamse politieke kopstukken.
- In *Oog in Oog* (Eén) debatteerden twee politici met elkaar en beantwoordden vragen uit het publiek.
- *Terzake 2010* (Canvas) bracht thematische debatten met twee politici en reportages over de verkiezingsthema's.
- *Phara* (Canvas) had speciale verkiezingsuitzendingen.
- Radio 1 bracht in *De Ochtend*, *Vandaag* en het radionieuws specials over de verkiezingen en gesprekken met de politieke kopstukken
- MNM maakte een thema-uitzending met jongeren in de aanloop naar de verkiezingen
- *Deredactie.be* bracht extra pagina's met de partijprogramma's, de kieslijsten per kieskring, campagnenieuws en deed verslag van de debatten op radio en tv.

Op de verkiezingsdag zelf waren er non-stop verkiezingsuitzendingen op Eén (13-23 uur) en op Radio 1 (13-24 uur) onder de titel *Verkiezingen 2010*. *Deredactie.be* bracht een hele dag uitslagen, vergelijkingen en zetelverdelingen. Op maandag 14 juni was er op Eén ook een *Voorzittersdebat 2010*.

## 2. Culturele hefboom

De VRT ondersteunt de eigenheid, diversiteit en rijkdom van cultuur in Vlaanderen. De VRT wil ook de cultuurparticipatie en -beleving van de Vlaming stimuleren. Voor zijn culturele opdracht zet de openbare omroep al zijn netten in.

### Signaleren van cultuur in programma's

Alle netten van de VRT stemden hun aandacht voor cultuur af op hun netprofiel. De nieuwsuitzendingen (op radio en televisie), *Karrewiet* (Ketnet) en *deredactie.be* informeerden over culturele evenementen. *De rode loper*, *De laatste show*, *Villa Vanthilt* en *1000 zonnen* vulden die informatie aan op Eén en *Terzake*, *Phara* en *Reyers laat* deden dat op Canvas. De regionale programma's op Radio 2 boden een soortgelijke aanvulling met *De madammen*. Op Radio 1 brachten onder andere *De Ochtend*, *Vandaag*, *Joos* en *Moshi* culturele onderwerpen. Studio Brussel en MNM informeerden over de brede culturele actualiteit, afgestemd op hun doelpubliek: film, nieuwe media, mode en literatuur. MNM focuste op populaire cultuur, met specifieke aandacht in het avondspitsprogramma.

Verschillende netten werkten op cultuurvlak samen met andere organisaties, zoals Radio 2 (*Madammendag*) en MNM (Boekenweek bij Ann Reymen) met De Boekenbeurs. Ook minder actualiteitgebonden programma's hadden aandacht voor cultuur, zoals *Vlaanderen Vakantieland* (Eén). Radio 1 bleef de muziek-, theater-, film-, en literatuurwereld ondersteunen via acties en evenementen. Zo was er *Mezzo* vanuit de Gentse Boekentoren voor de Literaire lente en *Joos* op Interieur 2010.

### Cultuurspecifieke programma's

Op Radio 1 focuste *Friedl'* op boeken. *Exit en Exit plus* boden een staalkaart van de actuele muziek. *Allez Allez* bracht Belgische muziek.

Het mobiliserende project *De Canvascollectie/La Collection RTBF* kende zijn tweede editie, nu in nauwe samenwerking met RTBF en met de Waalse en Vlaamse centra voor hedendaagse kunst. *Belpop* en *Goudvis* werden voortgezet en *Vormgevers* was een documentaire reeks rond design. *Canvas Klassiek* besteedde aandacht aan de Vlaamse componisten en orkesten en aan opera. *De Koningin Elisabethwedstrijd* werd uitgebreid gevolgd op Canvas+, Klara en Cobra.be. Rock kreeg aandacht in *Later with Jools Holland* en specials rond Rock Werchter en Pukkelpop. Met *Paper Trails* programmeerde Canvas een literaire reeks. Canvas had ook aandacht voor de auteursdocumentaire (*Puur Persoonlijk*), cinefiele film, wereldcinema en kortfilm.



### **Thematisch cultuuraanbod**

Op radio besteedde Klara de meeste aandacht aan cultuur. Met de *Klara's* gaf de zender een nieuw elan aan de Klara-Muziekprijzen. De *Klara's* werden op 29 november uitgereikt in de categorieën uitvoerder van het jaar, muziekpersoonlijkheid van het jaar, beste jonge belofte, evenement van het jaar en beste Vlaamse cd-productie. De uitreiking vond plaats in het kader van de Staten-Generaal van de klassieke muziek in samenwerking met het Muziekcentrum.

Op 4 december, de 10e verjaardag van Klara, werden de luisteraars gemobiliseerd om zich in te zetten voor klassieke muziek met de opmerkelijke actie *Iedereen klassiek*. Klara maakte voor die gelegenheid een 10 uur durende live-uitzending vanuit het Osterriethuis in Antwerpen.

Met *Cobra TV* heeft Canvas weer een wekelijks cultuurmagazine. Het programma brengt een diversiteit aan culturele onderwerpen die een link hebben met de culturele actualiteit in Vlaanderen. *Cobra TV* focuste ook op grotere thema's zoals de Boekenbeurs, Docville en Oostende Culturele Hoofdstad.

Begin februari nam het cultuurplatform Klara.be een doorstart onder een nieuwe naam. Cobra.be fungeert als katalysator voor de culturele content van de VRT. De Cobra.be- redactie maakte ook eigen recensies, beeldverslagen en rubrieken en pakte vanaf het najaar ook uit met acties zoals *De boekendokter*. Cobra.be speelt in op de actualiteit, maar ontsluit ook het culturele archief van de VRT. Voor zijn agendafunctie werkt Cobra.be nauw samen met Uit in Vlaanderen. Cobra.be zal zich in de toekomst nog meer als motor voor samenwerking met de culturele sector opstellen.

### **3. Sporters en supporters**

De openbare omroep bracht sport op alle platformen, radio, tv, online en mobiel, met bijzondere aandacht voor de populairste sporten en evenementen, maar ook met veel oog voor heel wat kleinere sporten.

Sport en alles wat ermee te maken heeft (verslagen, interviews, de mens achter de sporter, sport in de maatschappij en vrijetijdssport) was aanwezig in alle soorten programma's zoals *De Laatste Show*, of de radioprogramma's *Zondagpost* en *Koning Sport* op Radio 2 en als vast onderdeel in de tv-journaals. Sportberichtgeving en duiding waren er ook in de actualiteitenprogramma's *Terzake*, *Phara*, *Reyers laat*, *De zevende dag*, *De Ochtend* en *Vandaag*, en natuurlijk in de specifieke sportprogramma's waar ook de rechtstreekse verslaggeving aan bod komt.

#### **Een druk sportjaar**

Voor de Olympische Winterspelen in Vancouver en het WK voetbal in Zuid-Afrika werd samengewerkt met EXQI, dat van de VRT een rechtenpakket in sublicentie overnam.

*Eén* bracht de Ronde van Frankrijk 's middags live en 's avonds was er de talkshow *Tour 2010-Vive le vélo*. Het EK atletiek en de voorjaarsklassiekers van eigen bodem werden uitgebreid gecoverd.

Sporza volgde de terugkeer van onze tenniscoryfeeën op de voet (o.a. de overwinning van Kim Clijsters in de US Open). *Studio 1* en het maandagmagazine *Extra Time* brachten samenvattingen van de nationale competitie en volgden ook live de Rode Duivels in hun thuiswedstrijden, de Beker van België en de nieuwe Europa League.

#### **Een breed scala aan sporten**

Behalve naar de drie grote sporten - voetbal, wielrennen en tennis - ging er ook veel aandacht naar minder populaire sporttakken. Op een 40-tal zaterdagen zijn wedstrijden uit de zaalsportencompetities, basketbal, volleybal en handbal, live in de ether gegaan (op Canvas+), met telkens een samenvatting van de wedstrijden op zondag op Canvas. Daarnaast was er nog regelmatig volleybal op woensdagavond.

*Sportweekend* was gemiddeld het drukst bekeken sportprogramma met in de winter telkens meer dan een miljoen kijkers. Minder populaire sporten kwamen regelmatig ook live of in ruime samenvattingen in *Sporza op zondag* (Canvas) aan bod, met o.a. motorcross, triatlon, veldlopen, zwemmen, jumping, schaatsen, biljarten, vechtsporten, mountainbike, gymnastiek, Formule 1, rally, en zelfs rope skipping.

### **Andere sportprogramma's**

In *Het Gala van de Flandrien* (Eén) werden de beste wielrenners gehuldigd. *Het Sportgala*, verkoos de Sportman en Sportvrouw van het Jaar. Dat laatste werd door meer dan 1,2 miljoen Vlamingen bekeken. De Memorial Van Damme was een van de topcaptaties van het Productiehuis Sport en werd over heel de wereld overgenomen.

Canvas bood sportdocumentaires zoals *Belgasport* en *De Flandriens* en volgde de Vlaamse bobsleeërs in de aanloop naar de Winterspelen.

Eén en Radio 2 besteedden extra aandacht aan de Gordel.

Radio 1 bracht sport in al zijn facetten in de live sportprogramma's en volgde als open net de sportactualiteit op de voet door de programmering heen en in de nieuwsbulletins.

Sporza.be bleef de leidende sportwebsite in Vlaanderen en is verder uitgebouwd met sterkere links naar sociale media. Sporza.be bereikte gemiddeld zowat 145.000 unieke bezoekers per dag.

Bij dit alles zijn bij sport ook diverse besparingen gerealiseerd, onder meer via een vermindering van de productiemiddelen bij de captatie van wedstrijden. Een bijkomende besparing was de gedeeltelijke integratie van de omkadering van het WK voetbal en de talkshow *Tour 2010 Vive le vélo*. Ook het project rond de Olympische Winterspelen in Vancouver werd aanzienlijk gereduceerd. De meerjarenbesparing op sportrechten is voortgezet (evenementen als WK motorcross, WTA-Tour, tennis Masters, het aantal uren live wielrennen werden in 2010 teruggeschroefd) zodat in de periode 2009-2011 drie miljoen euro zal zijn bespaard op rechten (exclusief grote toernooien en Pro League).

## **4. Van wetenschap tot kennis**

Ook in 2010 nam de openbare omroep zijn educatieve rol ter harte. Kennis en wetenschap kwamen ruim aan bod in de programma's.

### **Kennis en wetenschap op televisie**

Naar aanleiding van de 50<sup>e</sup> verjaardag van de onafhankelijkheid van Congo bracht Canvas de documentairereeks *Kongo 15.-2010* en *Bonjour Congo* (over hedendaags Congo).

De herdenking van de Eerste Wereldoorlog kwam aan bod in *Niets is zwart wit. Apocalyps* nam de kijker mee in een kroniek van de Tweede Wereldoorlog. Met *Arm Wallonië* bracht Canvas geschiedkundige inzichten voor het begrijpen van de huidige communautaire situatie van ons land.

Op Eén was er in *Ook getest op mensen* veel aandacht voor gezondheid en lichaamsverzorging. En ook programma's als *De Laatste Show* en *Koppen* gaven regelmatig aandacht aan wetenschappelijke onderwerpen.

Met de *Pretshow* zorgde Ketnet voor een innoverend programma met aandacht voor geschiedenis.

### **Kennis en wetenschap op radio**

Op Radio 1 zat wetenschap verweven in actualiteitsprogramma's als *De Ochtend* en *Vandaag*, maar ook in *Joos*, *Nieuwe Feiten* en recent *Interne keuken*.

Op Radio 2 werden wetenschappelijke onderwerpen op een vulgariserende manier aangebracht in *Inspecteur Decaluwé* en in *De madammen*.

In de regionale programma's kwamen wetenschappelijke onderwerpen en wetenschappers aan bod van o.a. de UGent, de Zoo van Antwerpen en het Vlaams Instituut voor Biotechnologie. Alle regionale omroepen brachten tijdens de zomer iedere dag een onderwerp over biodiversiteit naar aanleiding van het internationaal jaar van de biodiversiteit.

## 5. De Vlaamse dimensie

De VRT is de openbare omroep van de Vlaamse Gemeenschap. Zij is er voor alle Vlamingen en voor al wie in Vlaanderen woont. Het is belangrijk dat alle Vlamingen zich in het VRT- aanbod terugvinden.

De VRT heeft volgens het Mediadecreet een belangrijke rol te vervullen bij het ondersteunen en opbouwen van de Vlaamse identiteit, bij de uitstraling van de Vlaamse Gemeenschap en ten aanzien van de Nederlandse taal.

In de programmering wordt deze doelstelling vooral vertaald in een gevarieerd en kwalitatief Vlaams fictieaanbod op televisie en een Vlaams muzikaal aanbod op radio.

Ook verschillende evenementen en acties met een belangrijke maatschappelijke impact konden rekenen op ondersteuning (Open Monumentendag, Erfgoeddag, week van de smaak).

### Vlaamse fictie en documentaires op tv

Eén bracht kwaliteitsvolle Vlaamse fictie met *Oud België* (een tijdsportret over de ondergang van het Vlaams revuethater en de opkomst van televisie) en de nieuwe midweekfictiereeks *Dubbelleven* (waarin twee vrouwen ontdekken dat ze dezelfde partner deelden).

Ketnet bracht de fictiereeks *De vijfde boog* – in de traditie van de spannende jeugdfeuilletons van vroeger - voor de oudste doelgroep. Ketnet coproduceerde ook de animatiereeksen *Uki* en *Klumpies*.

Canvas zond *Duts* uit, een eigenzinnige humoristische Vlaamse fictiereeks, en de reeksen *De Flandriens* en *Vormgevers* met grote Vlaamse namen uit de sportwereld en designbranche. *Zeven dagen jong* gaf een blik op de interesses van jongeren in Vlaanderen.

### Feest van de Vlaamse Gemeenschap

11 juli, het feest van de Vlaamse Gemeenschap, ging bij de VRT niet onopgemerkt voorbij:

- Radio 2 draaide op 11 juli de hele dag Vlaamse nummers.
- Radio 1 en Studio Brussel zetten op 11 juli extra veel Vlaamse producties in hun playlists.
- MNM draaide op de Vlaamse feestdag enkel Vlaamse producties.
- Eén bracht een bijzondere aflevering van *Vlaanderen Muziekland*. Verschillende artiesten brachten een combinatie van de grootste Vlaamse hits en eigen werk.
- Canvas+ zond de Vlaamse film *De man die zijn haar kort liet knippen* uit.

### VRT-archief: Vlaams cultureel erfgoed

De VRT werkte verder aan het DivA-project (Digitaal VRT-Archief) dat eind 2008 werd opgestart. De VRT wil zo een deel van het Vlaamse culturele erfgoed bewaren en ontsluiten. Door DivA zullen oude radio- en tv-programma's bewaard blijven en gemakkelijker hergebruikt kunnen worden door programmamakers en andere gebruikers.

De belangrijkste activiteiten van DivA:

- Filmrollen van de journaals uit de jaren zestig en zeventig werden gedigitaliseerd. De VRT werkte daarvoor samen met de beschutte werkplaats van Meise-Bouchout. Ook reeksen zoals *Boeketje Vlaanderen*, *Ten huize van*, *Panorama*, *Vergeet niet te lezen* en verschillende jeugdfeuilletons werden gerenoveerd en gedigitaliseerd. In totaal werd 650 uren film gedigitaliseerd;
- Drie belangrijke radioprogramma's uit de jaren negentig werden gedigitaliseerd: *De Nieuwe Wereld*, *Neon* en *Sportmarathon*.
- In totaal werd 1500 uur muziekopnames gedigitaliseerd.

In 2010 werd het project beëindigd rond de digitalisering van de éénduimsbeeldbanden uit de jaren tachtig. In totaal werden meer dan 16.000 uren programma's uit die periode gered en bewaard. Daarnaast digitaliseerde de VRT analoge en digitale videocassettes (16.100 uren).

De VRT digitaliseerde ook 150.000 foto's uit het rijke fotoarchief van de communicatiedienst.

De VRT werkte verder mee aan het project Vlaanderen in Beeld. Het project onderzoekt hoe archiefmateriaal op een gebruiksvriendelijke manier voor het brede publiek, het onderwijs en de professionele mediagebruiker kan worden ontsloten. Samen met 26 andere Europese partners nam de VRT ook verder deel aan het project Euscreen, dat tegen 2012 vijftigduizend archiefitems ter beschikking wil stellen van het videoportaal van Europeana, de Europese digitale bibliotheek.

### **Vlaamse muziek op de radio**

Voor haar muziekaanbod hanteert de VRT drie basisprincipes:

*(1) Het muziekaanbod is generalistisch opgebouwd en spreekt een breed publiek aan.*

De VRT stemt permanent haar muziekprofielen af op de diverse doelgroepen. Met haar muziekaanbod wil zij inspelen op de behoeften van de mediagebruikers.

*(2) Elk net vult het profiel van de andere netten aan.*

De netprofielen van de VRT zijn op elkaar afgestemd zodat de mediagebruiker weet wat hij wanneer kan verwachten van elk net. Elk net heeft zijn eigen muziekprofiel en unieke muziekwaarden. Alle netten samen tonen de muzikale diversiteit en rijkdom in Vlaanderen.

*(3) Het muziekaanbod ondersteunt de Vlaamse muziekscene en de Nederlandstalige muziek.*

De VRT garandeert dat minstens 20% van haar muzikale zendtijd wordt besteed aan Vlaamse muziekproducties. In 2010 was het **25%**. De Vlaamse muziek werd bovendien gespreid over de hele dag zodat dit aanbod ook een optimaal bereik haalde.

De VRT ondersteunt de Vlaamse muziek ook door samenwerkingsverbanden met het concertcircuit (redactionele aandacht en ruilovereenkomsten), met producenten (muziekuitgaven) en met steunpunten (gemeenschappelijke acties).

Bij **Radio 1** komt puur Belgische pop&rock exclusief aan bod in *Allez Allez*.

Via exclusieve concerten in eigen studio's wil **Radio 2** een traditie opbouwen om een podium voor Vlaamse artiesten te bieden. Er was een optreden van Roel Vanderstukken (maart) en het Motownconcert (november) met o.a. Sandrine. De exclusieve concerten kregen aandacht in *De Groote Avond* of *Zigzag*. Ook zijn weer drie versies van het Gordellied gemaakt door Vlaamse artiesten. Radio 2 hield zich aan zijn eigen goede voornemen op om ten minste 25% Nederlandstalig werk te draaien en ten minste 30% Vlaamse producties.

Bij **MNM** was ongeveer 20% muziek uit Vlaanderen. Muziek en artiesten kregen een prominente plaats in de programmering, met o.m. het muziekweekend rond de Vlaamse Feestdag. Voor de eindejaarsdagen werden enkele artiesten gevraagd om eigen interpretaties van kerstsongs te maken. Op die manier stimuleert MNM het creatieve muzikale talent in Vlaanderen.

**Studio Brussel** draait meer dan 20% Vlaamse producties en zet heel wat muziek sessies met lokale artiesten op.

### **Vlaamse muziek op tv**

De Vlaamse identiteit komt ook sterk naar voren in muziekprogramma's als *Vlaanderen muziekland* (optredens van Vlaamse artiesten in acht Vlaamse steden), *Peter Live* en de uitreiking van de *MIA's*. Canvas portretteerde in *Belpop* belangrijke Vlaamse artiesten en muzikanten.

VRT was mediapartner van een groot aantal evenementen en ondersteunde op die manier Vlaamse artiesten en organisatoren, zoals de *Nekka-Nacht* en *The Night of the Proms*.

## 6. Ontspanning voor iedereen

De VRT bracht een divers aanbod aan ontspanningsprogramma's. De beheersovereenkomst bepaalt nadrukkelijk dat de omroep ontspanning moet brengen op de generalistische netten. De VRT vindt zelf ook dat ontspanning noodzakelijk is in haar aanbod. Op maandbasis moet de VRT minstens 90 procent van de bevolking bereiken. Dat kan alleen maar als ontspanning ook in het aanbod is opgenomen.

Dankzij de ontspanningsprogramma's kunnen de andere openbare omroepdomeinen ook makkelijker tot de mediagebruiker komen. De VRT biedt daarom een evenwichtige programmamix waarin ontspanning een belangrijke rol speelt.

### Ontspanning op televisie

De VRT bracht ontspanning via praatprogramma's, humaninterestprogramma's, fictiereeksen, spel- en quizprogramma's en humor.

Op Eén was er *De jaren Stillekes*, dat bekende Vlamingen op een humoristische manier confronteerde met archiefbeelden. Humor van eigen bodem was er met *FC De Kampioenen*, *De Chriscollectie* en programma's van Geert Hoste. Voor de quizliefhebbers was er *De Premiejagers*, *De Pappenheimers* en *De (aller)Slimste Mens*. *Vlaanderen Muziekland* en *Peter Live* wilden niet alleen entertainen, maar ook de Vlaamse muziekindustrie stimuleren.

Canvas bracht humor met *Anneliezen*, *Mag ik u kussen?* en *Zonde van de zendtijd*.

Er was ook veel aandacht voor Vlaamse stand-upcomedy in *Comedy Casino* en *Comedy Casino Specials*.

### Ontspanning op radio

Radio zorgt in de eerste plaats voor ontspanning via de muziek. Sommige radionetten hadden ook specifieke ontspanningsprogramma's zoals *Het Besluit* (Radio 1) en *De raadkamer* (Radio2).

### Ontspanning online

De websites van de radio-en tv-netten bieden online ontspanning met videofragmenten, geluidsfragmenten, fotoboeken, spelletjes en recepten. Ketnet.be heeft een eigen videozone en kaatje.be brengt de allerkleinsten heel wat educatieve spelletjes.

Radio 2, MNM, Studio Brussel, Q-Music en JOE fm werden voor een dag *Radio 1212*. Op vrijdag 22 januari bundelden vijf Vlaamse zenders hun krachten in een 12 uur durende benefietuitzending ten voordele van de slachtoffers van de aardbeving in Haïti. Radio 1212 wou de luisteraars informeren, sensibiliseren en oproepen tot solidariteit. 3,5 miljoen Vlamingen hebben minstens een kwartier geluisterd. De VRT en de Vlaamse Media- Maatschappij brachten op donderdag 21 januari samen de rechtstreekse benefietuitzending *Help Haïti* op Eén.

## HET VRT AANBOD

Met haar aanbod is de VRT actief op radio, tv, internet en mobiele platformen.

### **Netten**

#### **Eén voor allen**

##### **Netprofiel**

Eén is de familiezender van de VRT. De publieke meerwaarde en maatschappelijke relevantie van Eén vertaalt zich onder meer in

- het verspreiden van onafhankelijk nieuws;
- het bevorderen van de sociale cohesie;
- het garanderen van kwaliteit en innovatie;
- het verpersoonlijken van de culturele rijkdom en diversiteit van Vlaanderen;
- het bevorderen van democratisch burgerschap;
- het feit dat Eén zich inclusief opstelt naar alle lagen in de bevolking.

Eén programmeert breed, zodat alle bevolkingsgroepen gemakkelijk bereikt worden met een kwaliteitsvol aanbod.

##### **Televisie**

*De Zevende Dag* werd vernieuwd waarbij er weer meer aandacht ging naar politiek en maatschappij. Eén ging maatschappelijk minder evidente thema's en engagement niet uit de weg. In *De school van Lukaku* maakten we kennis met de voetballer Romelu Lukaku, zijn (allochtone) klasgenoten en hun leefwereld. Annemie Struyf maakte in *In godsnaam* kennis met Vlamingen die radicale levenskeuzes maakten en in *De zussen van mijn dochter* keken Annemie en Achieng samen terug naar de tv-reeks die hun leven zo ingrijpend veranderde.

Eén creëerde betrokkenheid met programma's als *Goede Vrijdag*, *Onder de sterren* en *Comedy For Life*. *Made in Belgium* was een humaninterestreeks over Vlamingen die in het buitenland een onderneming gestart zijn gebaseerd op onze rijke culinaire tradities. *Ergens onderweg* ging over zeer herkenbare situaties in de relatie die ouders met hun kinderen hebben. Vlaamse 'iconen' en beleidsmakers werden geportretteerd in *God en klein Pierke*. En *Kukeleku* toonde ons 'het dichtstbijzijnde buitenland'. *Dagelijkse kost* met Jeroen Meus met aandacht voor eerlijke streek-en seizoensproducten was een nieuw dagelijks kookprogramma.

De kijker kon ook genieten van het *Songfestival*. De nieuwe aanpak (Eén selecteerde zelf de kandidaat en het liedje) resulteerde niet alleen in een selectie voor de finale, maar ook een voor Vlaanderen historische zesde plaats.

##### **Internet**

De langlopende programma's van Eén zoals *Thuis*, *Blokken*, *De rode loper* en *Vlaanderen Vakantieland* kregen eigen uitgebreide pagina's met specifiek aanbod. De receptenpagina's van *Dagelijkse Kost* werden uitgebreid met een woordwolk, calculator, basistechnieken en productkennis. De uitzendingen werden opgeknipt en als begeleidende onlinekookvideo's aangeboden. Voor *De Premiejagers* werd een onlinespel ontwikkeld. De internetmarketingacties 'de slabbetjes van Eén' en nieuwjaarskaarten waren een succes.

Eén experimenteerde met Twitter rond *De Allerslimste Mens ter Wereld*. Het aantal abonnees op de elektronische nieuwsbrief groeide tot 220.000.

##### **Evenementen en acties**

Eén was mediapartner van allerlei evenementen in Vlaanderen zoals *Nekka-nacht* en *The Night of the Proms*. Ook acties met een maatschappelijke impact zoals *Open Monumentendag*, *Erfgoeddag*, en *week van de smaak* konden rekenen op ondersteuning. Programmagebonden evenementen waren onder andere de *Thuisdag*, de *Witse-speurtocht*, het *Vlaanderen Vakantieland weekend* (in samenspraak met Toerisme Vlaanderen) en de kookdemonstraties van *1000 zonnen*. Naar aanleiding van de herdenking van WO I zond Eén *The last post* vanuit Ieper uit (en een reportage in *Koppen*). Verder werkte Eén ook samen met Musical van Vlaanderen voor de musical *Oliver*. Eén schonk elk kind dat in 2010 zijn eerste verjaardag vierde een slabbetje. 50.000 slabbetjes werden in geen tijd uitgedeeld.

## **Canvas: mag het iets meer zijn?**

### **Netprofiel**

Canvas is de ideale gids voor de breed geïnteresseerde kijker die graag mee wil blijven op het vlak van actualiteit, wetenschap, geschiedenis, cultuur, fictie, humor en sport. Canvas hecht veel belang aan innovatie en creativiteit en streeft naar een verdiepend, gevarieerd en verrassend aanbod. Het is een nieuwsgierige zender met originele en eigenzinnige programma's. Canvas wil op die manier promotor zijn van een creatieve en open samenleving.

### **Televisie**

Canvas opende dagelijks met duiding bij de politieke actualiteit in *Terzake* en bracht twee extra lange thema-uitzendingen: *Terzake Congo* naar aanleiding van de 50<sup>e</sup> verjaardag van de onafhankelijkheid van Congo en *Terzake Europa*, naar aanleiding van het Belgische voorzitterschap van Europa. De 'breder' actualiteit in *Phara* maakte in het voorjaar plaats voor discussie en debat in *Reyers Laat*.

Canvas pakte uit met opvallende documentaires: *Paper Trails* (internationale schrijvers en hun boek), *Tijl van Limburg* (vergeten actualiteit in de kunstensector) en *Publiek Geheim* (cultureel erfgoed), de historische documentaire reeks *Kongo 15..-2010* (unieke archiefbeelden en klankbanden gecombineerd met animatie), *Bonjour Congo* (over hedendaags Congo) en *Boyamba Belgique* (zoektocht naar de man die in 1960 de ceremoniesabel van Koning Boudewijn roofde).

*Goudvis* en *Vormgevers* kijken binnenskamers bij Belgische kunstenaars en designers met internationale uitstraling. Bioloog Dirk Draulans bracht het tweede deel van de reis van de *Beagle* en nam het initiatief in een tweeluik over *Biodiversiteit*. In *Wildcard Myanmar* volgde Canvas studenten geneeskunde in hun ervaring on the field.

Met *Arm Wallonië* bracht Canvas geschiedkundige inzichten voor het begrijpen van de huidige communautaire situatie van ons land.

De kijker kreeg vernieuwende humor en comedy in *Comedy Casino* en *Comedy Casino Specials* en met reeksen als *Zonde van de zendtijd* en *Mag ik u kussen?* Het absurde *Anneliezen* demonstreert de gedurfde kant van de zender. In *Duts* wordt Vlaanderens cultuur op niet voor de handliggende humoristische wijze uitvergroot.

De kijker kreeg in *Plat Préféré* opnieuw een kookles in geschiedenis aan de hand van het lievelingsgerecht van namen uit het collectieve geheugen en met *In de keuken* betrad Canvas het werkterrein van hobbykok- BV's in de sfeer van een goed gesprek.

### **Internet**

Speciaal voor de herdenking van de 50<sup>e</sup> verjaardag van de onafhankelijkheid van Congo kregen de kijkers toegang tot uniek archiefmateriaal en tot uitgebreide achtergrondinformatie. Ze kregen ook de gelegenheid om zelf foto's in verband met Congo in te sturen en zo mee de tentoonstelling in het museum van Tervuren vorm te geven.

### **Evenementen en acties**

Verscheidene avant-premières van nieuwe programma's werden in samenwerking met de Vlaamse cultuurhuizen georganiseerd. Bv: *Goudvis*, Luc Tuymans in De Roma/Antwerpen, *Vormgevers*, Jan De Cock in Cinema Arenberg/Brussel en *Puur Persoonlijk, Eindeloos begrensd* in de Beursschouwburg/Brussel.

De winnaar van de *Beagle*-wedstrijd werd (in samenwerking met verschillende partners) in de Koninklijke Vlaamse Academie van België voor Wetenschappen en Kunsten bekend gemaakt. *Publiek Geheim* gaf geïnteresseerden de mogelijkheid om de locaties uit de uitzendingen te bezoeken: Kemmelberg, Neutraal Morisnet, Red Star en Caestert.

Voor de vertoning van programma's in het kader van tentoonstellingen, o.a. *Goudvis-Francis Alÿs* in Wiels/Brussel en *Bonnefantenmuseum/Maastricht*, *Goudvis-Robbrecht & Daem* in Whitechapel Gallery/London werd met verscheidene instanties samengewerkt.

## Ketnet voor, door en met kinderen

### **Netprofiel**

Ketnet richt zich op kinderen tot 12 jaar met een kwaliteitsvol en gevarieerd aanbod. Ketnet wil kinderen stimuleren om actief deel te nemen en in een veilige reclamevrije omgeving het (nieuwe) medialandschap te ontdekken.

### **Televisie**

Ketnet investeert permanent in Vlaamse producties. Er kwamen nieuwe afleveringen van *Amika*, *Click id* en *Mega Mindy* en de 10-delige prestigieuze fictiereeks *De vijfde boog*. In *Ketnet On Ice*, *Sherlock*, *Ketnet Pop* en *Junior Eurosong* spelen kinderen de hoofdrol.

*Karrewiet*, het dagelijkse infomagazine, bleef een vaste waarde. Daarnaast bracht het nieuwe innoverende programma *Pretshow* op een ludieke manier geschiedenisweetjes. Dit programma had ook een internetpoot met informatie en spelletjes.

Cultuur kreeg aandacht in *Karrewiet* en in aparte programma's zoals *Ketnet maakt een film*, een project waar kinderen zelf een kortfilm mochten maken. In *Sunjata, achter de schermen* en *Oliver* zagen de kijkers 'the making of' van de theatervoorstelling *Sunjata* en de musical *Oliver*.

Met de *wrap*, het hostingconcept, gaven de presentatoren van Ketnet een gezicht aan de zender. Studiomomenten, reportages en quickies (korte programmaatjes van 30 sec. tot 2 min.) zorgden voor afwisseling en variatie. De rol van die schermgezichten werd op en naast het scherm verder uitgebouwd om de Ketnet-beleving te versterken. Zij zijn aanwezig op Ketnet-evenementen (Ketnet Freezzz) of treden op als gezicht van bepaalde campagnes (antipestweek).

Voor de allerkleinsten zorgde *Kaatje* voor herkenning en structuur. Samen met *Kamiel* nodigt zij peuters en kleuters uit om creatief en interactief te zijn. Ketnet coproduceerde ook de animatiereeksen *Uki* en *Klumpies*.

Ketnet heeft een horizontale programmering (het principe dat een bepaald televisieprogramma iedere dag op dezelfde tijd wordt uitgezonden) maar doorbreekt deze soms voor specials (kerstspecial, *Mega Toby*) om beter in te spelen op de actualiteit of de kijkbehoeften. Tijdens schoolvakanties zond Ketnet de hele dag uit.

Door de uitzending van live-evenementen op het tweede kanaal kon Ketnet gedurende 210 uur niet bekeken worden in de normale uitzendband tussen 16 en 20 uur. Hierdoor kan Ketnet onvoldoende structuur bieden en vinden kinderen minder de weg naar het net.

### **Ketnet+**

Op Ketnet + werd het aanbod voor de allerkleinsten geoptimaliseerd op weekavonden vanaf 18 uur en op weekendochtenden vanaf 8 uur. Via de rode knop konden ze gratis de bestaande peuter- en kleuterprogramma's herbekijken terwijl op Ketnet programma's voor de 6-12 jarigen werden uitgezonden.

### **Internet**

Ketnet.be werd verder uitgebouwd en verrijkt met nieuwe content, spelletjes en video. Daarnaast werd een aparte videozone gecreëerd om in te spelen op de behoeften van kinderen die de Ketnet-inhoud op verschillende platformen willen kunnen bekijken.

### **Evenementen en acties**

Ketnet had op elk vakantiemoment een afspraak met de kinderen. Voor de allerkleinsten was er *Ketnet Carnaval* met *Bumba* en *Kaatje* en de *Intrede van de Sint*.

De oudere kinderen konden Ketnet live meemaken op *Ketnet Freeezzz*, *Ketnet Pop*, *GO IV* in Bokrijk en *Ketnet halloween* of tijdens optredens van de *KetnetBand*.

Ketnet stimuleerde de creativiteit en interactie bij de kinderen via allerhande acties zoals *Kom Op Appels*, de antipestweek, Kinderrechtendag en het toeterlied voor *Music for life*.



## **Radio 1 op het ritme van de actualiteit**

### **Netprofiel**

Radio 1 is een open informatienet. De actualiteit vormt de ruggengraat en de drijfveer voor heel wat programma's. De andere pijlers zijn cultuur, sport, wetenschap, satire, menselijke verhalen en muziek.

### **Radio**

Radio 1 was mee met de feiten en met de duiding bij de grote nieuwsmomenten zoals de natuurrampen in Haïti en Pakistan, het olielek in de Golf van Mexico, de treinramp in Buizingen, de IJslandse aswolk, de federale regeringscrisis, het seksueel misbruik in de Kerk en het proces-Clottemans.

Bovendien is livesportverslaggeving in *Sporza* eveneens een sterkhouder van het net. Wetenschap, geschiedenis en samenleving kregen aandacht in *Joos*, *Nieuwe feiten* en *Interne keuken*. Radio 1 zond ook specifieke cultuurprogramma's uit zoals *Joos* en *Friedl'*.

De muziek bij Radio 1 is een mix van hedendaagse en klassieke pop& rock met extra aandacht voor Vlaamse producties (*Allez Allez*, *Classics*, *Exit*). Nieuw waren *Middagrood* (Frank Vander linden over zijn favoriete platen) en *Intercity* (10 wereldsteden en streken die muzikanten inspireerden) en *De Jaren* (zomers verzoekprogramma).

Radio 1 bood ook interactie met de luisteraar in het consumentenprogramma *Peeters & Pichal*.

### **Internet**

De Radio 1-website mikt op interactie. Zo waren de *Radio 1*-sessies live op de website te bekijken en meteen gekoppeld aan Facebook.

Radio 1 stuurde wekelijks een nieuwsbrief naar 8.000 abonnees en alle programma's waren te herbeluisteren via de radiospeler. *Interne keuken* en *Friedl'* werden ook als podcast aangeboden. Webbezoekers konden dagelijks een vernieuwde actualiteitsquiz spelen.

### **Evenementen en acties**

*Peeters & Pichal* hielden de radio-actie 'Neem 's op', een actie voor meer klantvriendelijkheid bij grote bedrijven, die uitmondde in de ondertekening van een intentieverklaring.

Er waren vijf Radio1-sessies in Studio 5 van het omroepgebouw met toppers uit de Belgische muziekwereld: Admiral Freebee, De Mens, The Scabs, Lady Linn en Ozark Henry.

*Bonjour Micro*, naar aanleiding van de 50<sup>e</sup> verjaardag van de onafhankelijkheid van Congo, was een gevarieerde avond in het Antwerpse Felixpakhuis met debat, literatuur, interviews, getuigenissen en muziek. *Joos* was te gast op Interieur 2010 en ook samen met *Moshi* en *Friedl'* op de Boekenbeurs. *Friedl'* ging uitzenden in Watou, op Culinaria en vanuit diverse Vlaamse bibliotheken. Radio 1 sloot het jaar af met een satirisch jaaroverzicht met Bert Gabriëls, Xander De Rycke, Johan Petit, Bart Cannaerts en Nathalie Meskens.

## **Radio 2 dicht bij de luisteraar**

### **Netprofiel**

Radio 2 staat dicht bij de luisteraar. Het grootste radionet van Vlaanderen biedt een brede muzikale mix met bijzondere aandacht voor Nederlandstalige en Vlaamse producties.

Met deze muziek en met ontspanning en een gevarieerd informatieaanbod, waaronder regionaal nieuws richt Radio 2 zich tot een breed publiek.

De regionaal ontkoppelde programma's spelen extra in op wat er in de eigen regio gebeurt. Het nieuws- en informatieaanbod van het net heeft onder andere aandacht voor de regionale en nationale politiek, cultuur, economie en sport. Dit alles steeds met als uitgangspunt: Radio 2 brengt de wereld op mensenmaat.

De programma's op Radio 2 focussen op het dagelijkse leven van de luisteraars. Het net pikt ook maatschappelijk belangrijke onderwerpen op.

### **Radio**

Radio 2 heeft zijn programmaschema versterkt met enkele nieuwe initiatieven: *Koning Sport* (de mens achter de sporter), *Naast de kwestie* (kanttekeningen bij opvallende nieuwsfeiten) en *Bestemming onbekend. Middagpost* (regionaal) was in juli en augustus letterlijk 'mobiel', want het werd volledig uitgezonden op locaties in de eigen provincie.

Het consumentennieuws kwam aan bod in *Inspecteur Decaluwé* en *De madammen*.

Radio 2 hield zich aan zijn eigen goede voornemen om ten minste 25% Nederlandstalig werk te draaien en ten minste 30% Vlaamse producties. Aandacht voor het rijke erfgoed aan Vlaamse muziek was er in programma's zoals *De Lage Landen* en *Viva Vlaanderen*. Naar aanleiding van de MIA's, de Music Industry Awards, had Radio 2 de hele week die eraan voorafging aandacht voor wie in Vlaanderen met muziek bezig is.

Radio 2 bracht ook veel informatie. Met regionaal nieuws speelde het net in op de actualiteit in de eigen regio zoals met een extra *Ochtendpost* naar aanleiding van de watersnood in november.

### **Internet**

De nieuwe Radio 2-site werd voorbereid om begin 2011 te worden gelanceerd met nog meer actuele inhoud. Via de site moet een echte community rond Radio 2 ontstaan.

### **Evenementen en acties**

Radio 2 organiseerde acties en evenementen in elke provincie: de *Tuindag* in Bokrijk, *Zomerhit* in Westende, de *Eregalerij* in Oostende en de *Wandeldag* in Tervuren.

Radio 2 bood een podium voor Vlaamse artiesten op de vaste jaarlijkse evenementen *Zomerhit* en *De Eregalerij* en organiseerde in de eigen studio's ook concerten van Roel Vanderstukken (maart) en het Motownconcert (november) met o.a. Sandrine. Voor een exclusief concert wist Radio 2 de internationaal gerenommeerde Katie Melua naar studio Marconi te halen.

Begin augustus, naar aanleiding van zijn 70<sup>e</sup> verjaardag heeft Radio 2 een verrassingsfeest voor Will Tura opgezet. Vlaamse artiesten kwamen in Studio Marconi hulde brengen aan de grootmeester van het Vlaamse lied.

Radio 2 ondersteunt actief het culturele leven in Vlaanderen via samenwerking en het organiseren van evenementen zoals *Thuis voor een beeld* en *Kunst op Komst* waarbij een kunstwerk via een radio-uitzending een definitieve plaats krijgt ergens in Vlaanderen.

Dit jaar waren *De madammen* uithangbord voor het nieuwe format '*Madammendag*' op de boekenbeurs in Antwerpen.

## **MNM muziek en meer**

### **Netprofiel**

De nieuwe radiodirectie en de radioploeg hebben grondig gewerkt aan de inhoudelijke versterking met als uitgangspunt een hernieuwde missie en hernieuwde waarden. MNM is een jonge toegankelijke instapradio. Het is een ontspannende hitradio die de jonge luisteraar en zijn leefwereld centraal stelt en van daaruit een relevant informatief aanbod brengt. MNM is ook een aanstekelijk platform dat het uitwisselen van ervaringen bevordert en engagement stimuleert.

MNM bereikt dagelijks een zeer divers publiek: studenten, arbeiders, bedienden, allochtonen en lager opgeleiden. Een kwart van de luisteraars is jonger dan 24. Binnen het totale luisterpubliek zijn er 535.000 luisteraars die exclusief naar MNM luisteren binnen het aanbod van de totale VRT-radio. Er is een actieplan gemaakt dat in 2011 wordt uitgerold met een kwaliteitstraject rond presentatie en inhoudelijke relevantie. MNM zet ook een nieuw participatief project op om jongeren nog meer bij radio te betrekken.

### **Radio**

Het net bracht nieuws en informatie op maat van de luisteraars aangeleverd door de nieuwsdienst. MNM bracht aanzienlijk meer nieuws dan andere hitzenders, met meer geluidsfragmenten en meer duiding bv. *De Cock Election Night* n.a. v de verkiezingen, *jaaroverzichten 2010*, nieuwsarchief in *90's & Nillies*, extra duiding bij de hoofdpunten in de ochtend- en avondshow. In *De Grote Peter Van de Veire Ochtendshow* en in de *Avondshow met Dave Peters* wordt de actualiteit op de voet gevolgd.

MNM surft ook volop mee met de mobiliteit in Vlaanderen. Een verkeersmedewerker volgt 's ochtends de verkeerssituatie op de voet. De hele dag door zijn er de meest recente verkeersupdates.

Maatschappelijk relevante thema's (boekenbeurs, groene week, jeugdcriminaliteit, sociale media) die leven in de jonge doelgroep werden uitgewerkt in verschillende programma's.

De weekendprogrammering werd aangepast. *Weekend De Cock* speelt in op de beleveniswereld van de jonge luisteraars en volgt hun doen en laten in het weekend.

Muziek en artiesten krijgen een prominente plaats in de programmering. Het muziekaanbod werd breder gezet met aandacht voor de populaire hits van het moment. Ongeveer 20% is muziek uit Vlaanderen. Muzikale themaweeken werden uitgewerkt: *Back to the 90's*, *Back to the Nillies*, *MNM1000*, *MNM-muziekweekend met TW Classic* en de Vlaamse Feestdag. De creativiteit in de Vlaamse muziekwereld werd ook gestimuleerd. Voor de eindejaarsdagen werden enkele artiesten gevraagd om hun eigen interpretatie (cover, remix) van klassieke kerstsongs te maken.

### **Internet**

De website zorgt voor een directe interactie met de luisteraars via stemmingen, meningen en polls. De nieuwsbriefabonnees stegen van 17.500 naar 53.000. MNM deelde zijn content ook via de sociale netwerksites Facebook, Netlog en Twitter.

### **Evenementen en acties**

MNM maakte regelmatig programma's op locatie zoals *De Grote Peter Van de Veire Ochtendshow*, *De Avondshow met Dave Peters* en *De Cock Late Night*.

Tijdens de zomermaanden zorgde het *MNM-Summertimelied* voor een grote verbondenheid van alle kampen in Vlaanderen. MNM organiseerde op twee zwarte verkeerszondagen een speciaal zomerprogramma met fileconcerten op de parkeerplaats langs de E40 in Drongen.

Via de *MNM1000*-luisterpunten werd het groepsgevoel onder alle luisteraars gestimuleerd. Vlaamse artiesten werden in de spotlights gezet in het *MNM1000-Café* waar ze live kwamen optreden. *De Goede Doel*-actie zorgde voor vijf geëngageerde winnaars die zich inzetten voor een maatschappelijk doel in Vlaanderen.

## **Studio Brussel = muziek**

### **Netprofiel**

Onder het motto 'Life is Music' zorgt Studio Brussel voor een avontuurlijke soundtrack bij het leven en richt het net zich op de actieve, nieuwsgierige en avontuurlijke jongeren. Studio Brussel brengt nieuws en brede culturele informatie, met speciale aandacht voor nieuwe media, de Vlaamse festivals, de (jeugd)verenigingen en de muzieksector. De zender is een smaakmaker en trendsetter en kiest voor durf en avontuur. Hij engageert zich ook op maatschappelijk vlak.

### **Radio**

Muziek, avontuur en verrassing stonden centraal in het dagelijkse aanbod. De zender besteedde extra aandacht aan Vlaamse muziek (met een minimum van 20% Vlaams aanbod) en de Vlaamse muzieksector. Met het programma *All Areas* zit de zender live op de festivals.

De ochtend- en vooravondprogramma's brachten informatie en de actualiteit en ontspanning met 'een randje'. In *De wereld van Sofie* kreeg de luisteraar een boeiende kijk op de wereld rondom hem. Specifieke muziekgenres kwamen aan bod in programma's als *Duyster*, *Switch*, *TLP*, *Lefto* en *De Zwaarste Show*. Naast klassiekers als *Was het nu 80,90 of 2000*, *De Maxx* en *Zunday* bracht Studio Brussel ook muzikale reeksen als *Rock Ahoy*, *Stijn van de Muziek* en *Single Safari*.

Studio Brussel speelde een rol als promotor van (live)muziek en lanceerde extra concepten: *Beken voor het bekend wordt*: de grote festivalenquête, *CLUB 69*, exclusieve showcase voor 69 duo's, *De poulains*, een avond in AB Brussel ter ondersteuning van nieuw talent, *Clubsidedown*, een week lang elke avond live vanuit een Vlaamse muziekclub en *Studio Brusselle*, een hele dag alleen maar vrouwen (presentatie en muziek).

### **Internet**

Studio Brussel breidde zijn digitale aanbod uit met een mobiele website en een eigen applicatie voor smartphones. Ook de verhoogde activiteit en aanwezigheid op sociale netwerken (Facebook, Twitter...) werd een prioriteit om het publiek te bereiken.

Het succes van de podcasts en vlogs (video weblog) zorgden voor een extra digitale boost.

### **Evenementen en acties**

Het Studio Brussel-evenement van het jaar was *Music for life* in Antwerpen. Dit jaar stond de radiomarathon in het teken van weeskinderen van aidsouders. De actie bracht ruim 5 miljoen euro op. Die opbrengst gaat integraal naar de hulpprogramma's van het Rode Kruis voor aidswezen in zuidelijk Afrika.

## **Klara alles voor de kunst**

### **Netprofiel**

Klara wil zich profileren als een zender waar tijd is voor *tijd*. Een *slowzone* waar plaats wordt gemaakt voor de essentie, waar men tot rust kan komen, inzicht verwerven en kan genieten van de schoonheid van klassieke muziek.

### **Radio**

Klara focuste meer op muziek. Het woordaandeel in *Espresso* en *Brede Opklaringen* werd aanzienlijk verminderd. In september werd het weekend hervormd met enkele nieuwe programma's: *Klara's 10*, met de beste klassieke cd's van het moment, *Casanova* en de 15-delige reeks *The Mahler Connection*. Klara startte deze reeks samen met het KlaraFestival, dat als titel ook *The Mahler Connection* had.

Klara maakte het afgelopen jaar ook werk van klassieke themadagen en specials: een hommage aan *Leonard Bernstein*, *Chapeau Chopin* en *Robert Schumann* (beiden hun 200<sup>ste</sup> verjaardag) en *Klara Dolorosa*. De veertigste verjaardag van het Collegium Vocale werd gevierd tijdens een speciale week met concerten. 2010 werd afgesloten met de actie *De vijf grootste componisten aller tijden* (volgens de Klara-luisteraar). Bach, Mozart, Schubert, Beethoven en Handel kregen elk een themadag.

Klara oogstte in het najaar opnieuw veel bijval met de rubriek *Woordkramerij*. Klara pakte ook uit met *Zot van Elsschot*, een reeks met bekende Elsschotfans.

### **Internet**

Klara.be is een site waar luisteraars terecht kunnen voor programma-informatie en voor de selectie van de beste klassieke releases in *Klara's 10*.

### **Evenementen & acties**

*Klara in het Paleis* en het *KlaraFestival* waren sleutevenementen voor Klara. Klara was voor de derde keer presentatiepartner van *Jazz Middelheim*. *Klara4KIDS* kende een nieuwe editie in coproductie met HETPALEIS in Antwerpen. Het programma *Espresso* lanceerde een tweede editie van de *Ochtendspitsconcerten*.

*Zot van Elsschot* eindigde met de opname van *De veiling van Lot 1. Het bed van Elsschot* in veilinghuis Bernaerts in Antwerpen, een coproductie met deBuren

Met de *Klara's* gaf de zender een nieuw elan aan de *Klara-Muziekprijzen*. De *Klara-Carrièreprijs* ging naar pianist Jozef De Beenhouwer.

De meest opmerkelijke actie van het jaar was *Iedereen Klassiek*. Op 4 december, de tiende verjaardag van Klara, werden de luisteraars gemobiliseerd om zich in te zetten voor klassieke muziek. Klara maakte voor de gelegenheid een 10 uur durende live uitzending vanuit het Osterriethuis in Antwerpen

## **RVi het beste van Vlaanderen**

*Radio Vlaanderen info* bundelde ook het voorbije jaar de actualiteitsprogramma's van Radio 1 met een aanvullend eigen informatief magazine om de Vlaming in het buitenland een makkelijk contact met het thuisland te geven.

*Radio Vlaanderen* profileerde zich als een muzikaal uithangbord van Vlaanderen met een 100% Vlaamse muzieklijn in combinatie met een aantal Radio 2-programma's die hier ook op focussen. De website van RVi heeft vooral een doorverwijfsfunctie voor de Vlaming in het buitenland.

### **BVN**

Het Beste van Vlaanderen en Nederland (BVN) is de publieke satellietzender voor Nederlandstaligen in het buitenland. De BVN-partners (VRT, Nederlandse Wereldomroep en de Nederlandse Publieke Omroep) zorgen voor een volledige Nederlandstalige programmering.

De VRT levert ongeveer een derde van de programma's. Het gaat over nieuws-, informatie-, ontspanning-, sport- en kinderprogramma's.

## **Extra digitaal aanbod**

De VRT stapte volop mee in de digitale mediatoekomst en bouwde stelselmatig haar digitaal aanbod verder uit. De openbare omroep is hierbij actief op alle relevante platformen. Zowel digitale tv als vast en mobiel internet worden ingezet.

### **Drie themasites**

Deredactie.be, Sporza.be en Cobra.be (opvolger van Klara.be) zijn de drie thematische sites rond nieuws, sport en cultuur. De focus ging vooral naar videobeleving en de interactie met de mediagebruiker, zowel via de eigen site als via sociale media. Het thematisch aanbod werd ook mobiel raadpleegbaar. Bovendien werd er ook voor gezorgd dat de themasites raadpleegbaar werden op de iPad van Apple.

### **De websites van de netten**

Via de sites van de netten brengt de VRT de beleving rond haar netten en merken ook naar het internet, met opnieuw de nadruk op audiovisuele beleving. Selectief wordt rond bepaalde programma's een extra onlinebeleving gecreëerd.

Door in te zetten op speerpuntprogramma's als *Dagelijkse Kost*, *De (Aller)Slimste Mens* vond het publiek zijn weg naar het onlineluik van Eén. Het aantal abonnees van de Eén- nieuwsbrieven steeg van 65.374 (2009) naar 208.975.

Canvas organiseerde een reeks onlinedebatten ter gelegenheid van de reeks *The Virtual Revolution*. Kijkers konden via Twitter mee discussiëren en punten voor het debat aanbrengen.

Kinderen kregen via Ketnetvideo een uitgebreid aanbod aan programma's en fragmenten online ter beschikking. *Kaatje.be* werd in 2010 uitgebreid met nieuwe spelletjes en andere activiteiten.

Radio 2 bereidde een vernieuwde website voor lancering begin 2011 voor.

Radio 2 speelt online zijn rol om mensen die minder vertrouwd zijn met het internet ook daar op weg te helpen.

Stubru.be kreeg een mobiel luik, via een mobiel aangepaste versie van de site als apps ontwikkeld voor diverse types van mobiele telefoons.

### **Mobiel aanbod**

Online radio werd mobiel gemaakt. Voor de iPhone werd een applicatie, de *Radiozone* ontwikkeld waarmee alle VRT-radiozenders kunnen worden beluisterd. De applicatie geeft informatie over de gespeelde muziek en stelt de gebruiker in staat de nummers aan te kopen in iTunes. In de *Radiozone* kun je ook de meest recente aflevering van ieder programma, de meest recente nieuwsuitzending en het verkeersbericht herbeluisteren.

De themasites kregen volwaardige mobiele versies waarin ook het videoaanbod en bij Sporza het *Live Match Center* is opgenomen. Ook werden de eerste oefeningen gedaan om de bestaande themasites compatibel te maken voor de iPad.

### **Digitale televisie**

De toegang tot het digitale tv-aanbod van VRT werd verbeterd. Er werd een nieuwe landingspagina gecreëerd waar de kijker terecht komt wanneer hij op de rode knop duwt.

### **De plus-kanalen**

Voor Eén+ bleven de uitzendingen beperkt als gevolg van besparingen. Eén+ wordt enkel gebruikt voor evenementen die niet passen in het reguliere schema van Eén (vb. *Villa Politica*) en als uitwijkkanaal voor sportwedstrijden die op Eén beginnen, maar door vaste programmering niet kunnen doorlopen. *Music for life* werd permanent uitgezonden op Eén+.

In 2010 werd beslist Canvas+ af te bouwen. Er was nog wel aandacht voor sportend Vlaanderen in de zaalsportverslaggeving.

Ketnet+ bestaat uit herhalingen van kleuter-en peuterprogramma's wanneer op Ketnet en Canvas andere leeftijdsgroepen worden bediend.

### **Aanbod-op-aanvraag**

Mediagebruikers die beschikken over digitale tv kunnen naar programma's van Eén, Canvas en Ketnet kijken wanneer zij het zelf willen. Alle journaals, *Het weer*, *Terzake* en *Karrewiet* zijn elke dag gratis ter beschikking van alle digitale kijkers. *Net gemist* is een abonnement om programma's tot zeven dagen na lineaire uitzending te (her)bekijken. Bij *Ooit gemist* betaalt de kijker per programma (van de voorbije zeven dagen uit het VRT-archief).

Verder werd het aanbod op aanvraag uitgebreid met een aanbod in tekst en foto van *deredactie.be* en *sporza.be* op digitale tv (via de rode knop).

### **Interactieve toepassingen**

Kijkers konden een elektronische storting verrichten voor het goede doel in het kader van *Music for life* en meespelen met de wedstrijden van *Vlaanderen Vakantieland*.

### **Het productiebeleid**

Het aanbod van de netten is samengesteld uit eigen VRT-producties, extern gemaakte producties en aangekochte programma's. De programmering van de netten wordt vastgelegd door de directie Media die ook bepaalt of een programma intern (directie Productie/Operationele Afdelingen) of extern (Vlaamse productiehuisen) wordt gemaakt.

### **Het interne productiehuis**

Interne productie is van cruciaal belang voor de VRT om zeker binnen de openbare omroepdomeinen als nieuws, sport, cultuur en jeugd onafhankelijk ten opzichte van de externe markt te kunnen produceren. Van interne productie wordt verwacht dat de producties innovatief en creatief zijn en dat er efficiënt en kostenbewust met de middelen wordt omgegaan. Bovendien biedt intern produceren de mogelijkheid om crossmediale producties te realiseren op verschillende platformen.

VRT-productie wil de preferentiële partner zijn van de directie Media voor het maken van radio-, online- en tv-programma's en voor het uitzenden van die programma's. De directie Productie staat ook in voor het archiveren van de programma's, het ontsluiten van het archief en DivA (digitaliseren en beschrijven van film en videotapes voor beeld en van DAT's voor muziek en woord). VRT-productie zorgt daarnaast ook voor de ondertiteling voor gehoorgestoorden en de ondertiteling van programma-aankoop en biedt nu ook via gesproken ondertiteling een service voor de slechtzienden aan.

Na de reorganisatie begin 2010 bestaat de directie Productie vandaag nog uit zes interne productiehuisen (Nieuws, Sport, Cultuur, Jong, Televisiehuis en Radio) en één facilitair productiehuis (Operationele Activiteiten).

De interne productie van de VRT vertegenwoordigde ongeveer 72% van het totale uitzendbudget voor televisie (excl. WK en Olympische Winterspelen). Onze radio-uitzendingen worden volledig intern gemaakt. Het interne productiehuis VRT Nieuws bood een uitgebreider aanbod naar aanleiding van de federale verkiezingen.

**VRT Nieuws** produceerde naast de nieuws- en duidingprogramma's voor radio en tv ook *deredactie.be*. Verder zorgde VRT Nieuws voor het aanbod bij de verkiezingen van 13 juni. VRT Nieuws werkte aan een versterking van zijn buitenlandverslaggeving, met correspondenten en eigen medewerkers ter plaatse bij belangrijke internationale gebeurtenissen. Het jongerennieuws *Karrewiet* werd vernieuwd.

**VRT Sport** produceerde de *Olympische Winterspelen* en het *WK voetbal* in Zuid-Afrika in een samenwerking met EXQI, dat een deel van de rechten in sublicentie nam, en de Tour met rechtstreekse verslaggeving van de ritten in de namiddag en 's avonds de talkshow: *Tour 2010 Vive le Vélo*. Daarnaast capteerde VRT Sport de traditionele wielerklassiekers, de thuiswedstrijden van de Rode Duivels, de Beker van België en de Europa Leaguewedstrijden van de Belgische clubs. De *Memorial Van Damme*, *Het gala van de Flandriens* en het *Sportgala* waren andere prestigieuze projecten. Daarnaast stond VRT Sport in voor de diverse reguliere sportverslaggeving en -programma's op tv met programma's zoals *Studio 1*, *Extra Time*, *Sportweekend* en op radio, *sporza.be* en Teletekst.

**VRT Cultuur** startte met een nieuw cultuurmagazine, *Cobra TV*. De Canvascollectie kende zijn tweede editie, nu onder de naam *Canvascollectie/La Collection RTBF*. *Belpop* en *Goudvis* hadden respectievelijk hun tweede en derde editie in het najaar.

In februari nam het cultuurplatform van VRT een "doorstart" en veranderde daarbij zijn naam van Klara.be in Cobra.be. Voor *Canvas Klassiek* ging VRT Cultuur een samenwerking aan met onder meer De Munt, Concertgebouw Brugge en het KlaraFestival. Van de *Koningin Elisabethwedstrijd* werd zowel de halve finale als de finale rechtstreeks uitgezonden.

Het aanbod rock op Canvas werd uitgebreid met een verslag van *Pukkelpop*.

**VRT Jong** produceerde twee nieuwe Ketnet-programma's: *Pretshow* en *Ketnet on Ice*. Daarnaast maakte VRT Jong de dagelijkse wrap en de websites ketnet.be en kaatje.be. Er werd ook een tv-reeks gemaakt van de circusartiesten uit het programma *Circus* die mee mochten naar de internationale Circusshow Magic Circus in Genève.

Voor de jongeren bracht VRT Jong een aantal participerende projecten: *Stem 18+* in het kader van de verkiezingen en *De reporters* in de sliptream van *Music for life*.

Het jaar werd afgesloten met de tv-productie van *Music for life* dat voor het eerst zijn slotshow live bracht vanaf de Groenplaats in Antwerpen.

VRT Jong startte in oktober de productie van *Kaatje's tralalaatjes*, een reeks van vijftig verhaaltjes die vanaf 2011 op het scherm komt.

### **VRT Radio**

In februari werd de productie van de VRT-radiozenders ondergebracht in het productiehuis Radio met de bedoeling om sterke, autonome netten te blijven produceren, die ook de VRT-radioportefeuille als geheel versterken.

### **Het Televisiehuis**

De televisieactiviteiten van de voormalige productiehuisen Weten, Magazines, Entertainment en Fictie, werden in een productiehuis samengevoegd: het Televisiehuis.

Het Televisiehuis bezorgde Eén de sterkste seizoenen van *Witse* en *Thuis* en startte de productie en uitzending van de allerlaatste reeks van *FC De Kampioenen*. In show en entertainment bracht het Televisiehuis het nieuwe eigen format *Goeie Vrijdag* en de derde jaargang van *Peter Live*. Het Televisiehuis stuurde Tom Dice naar het Eurovisiesongfestival, en zorgde daarbij voor de nodige shows en omkaderende programma's. Ook de kerstprogrammering met een extra *Peter Live op oudejaar*, de *Party Top 30*, *Geert Hostes nieuwjaarsconference* en een extra lange *Chriscollectie*, gebaseerd op de eerder geproduceerde reeks rond Chris Van den Durpel werden geproduceerd door het Televisiehuis.

Voor Canvas zijn geschiedenis en wetenschap de basisingrediënten. Van *Bonjour Congo* tot *Niets is zwart-wit*, over de herdenking van WOI. Verder was er *Operatie Vancouver*, het sluitstuk over het eerste vrouwenbobsleeteam in België, *Vormgevers* (over Belgische designers), de tweede reeks van *Publiek geheim* en acht auteursdocumentaires *Puur persoonlijk*. Herman van Molle's *Canvascrack* zorgde opnieuw voor een sterke Canvas-zomer. Er was de derde reeks van *Plat préféré* en de tweede van *Zonde van de zendtijd*.

Het Televisiehuis produceerde in totaal 873 televisieprogramma's die in 2010 werden uitgezonden, goed voor 427 uur televisie. Daarnaast is dit productiehuis ook de motor van de websites van Eén en Canvas.

**Productiehuis Operationele Activiteiten (OA)** verzorgt de facilitaire dienstverlening en wil de preferentiële partner zijn van de interne productiehuisen voor de realisatie van nieuws, duiding, sportwedstrijden, cultuurprogramma's, fictie, showprogramma's, humor en kindertelevisie.

OA bestaat uit drie pijlers: Propartners (tv-ondersteuning), uitzendoperaties & programmabewerking en documentatie & archieven. Op technologisch vlak zette OA stappen in de verdere vernieuwing van de infrastructuur naar high definition, en nam twee hd-reportagewagens in gebruik als mobiele infrastructuur. In het voorjaar nam OA de vernieuwde hd-studio 3 in gebruik. Zowel studiovloer, lichtinstallatie, audioregie en de logistieke accommodatie werden vernieuwd. Deze regie werkt volledig in high definition en wordt voornamelijk ingezet voor de VRT-duidingsprogramma's.



Documentatie & Archieven (D&A) zette sterk in op de digitalisering van ons audiovisuele patrimonium. De digitalisering van de bijna 25.000 eenduitsbeeldbanden uit het archief werd met succes afgerond. DivA verdubbelde zijn capaciteit voor het inladen van beeldbandmateriaal voor de digitalisering van het filmarchief. Het analoge fotoarchief van de VRT, dat teruggaat tot de beginjaren van het NIR, werd grotendeels gedigitaliseerd en geïntegreerd in de VRT-beeldbank.

Vertaling en ondertiteling vierde dertig jaar Teletekst. T888 breidde zijn gesloten ondertiteling verder uit met *Villa Politica*, *De laatste show*, de tourtalkshow, de verkiezingsuitzendingen en de WK-voetbaluitzendingen. Ook de Nederlandse reeksen *Flikken Maastricht*, *Annie MG Schmidt* en *Keyzer & De Boer* kregen ondertiteling.

### **De steun aan de Vlaamse productiehuizen en beeldindustrie**

Het aandeel van de Vlaamse tv-(co) producties in het tijdsblok 18-23 uur moet volgens de beheersovereenkomst 50% van de totale output op Eén en Canvas/Ketnet bedragen. In 2010 was 70% van de uitzendingen in dat tijdsblok een Vlaamse productie.

De VRT ondersteunt de Vlaamse media-industrie op verschillende manieren:

- via rechtstreekse productiebestellingen bij onafhankelijke productiehuizen
- via strategische partnerschappen met een aantal onafhankelijke productiehuizen;
- via coproducties;
- via bestellingen bij facilitaire bedrijven (onder andere het huren van externe studio's, het extern monteren en het inzetten van externe filmploegen);
- via de samenwerking met het Vlaams Audiovisueel Fonds.

Externe productiehuizen, facilitaire en andere bedrijven uit de Vlaamse audiovisuele sector leveren producties en diensten aan de VRT. De Vlaamse productiehuizen leverden voor 52,5 miljoen euro diensten aan de VRT.

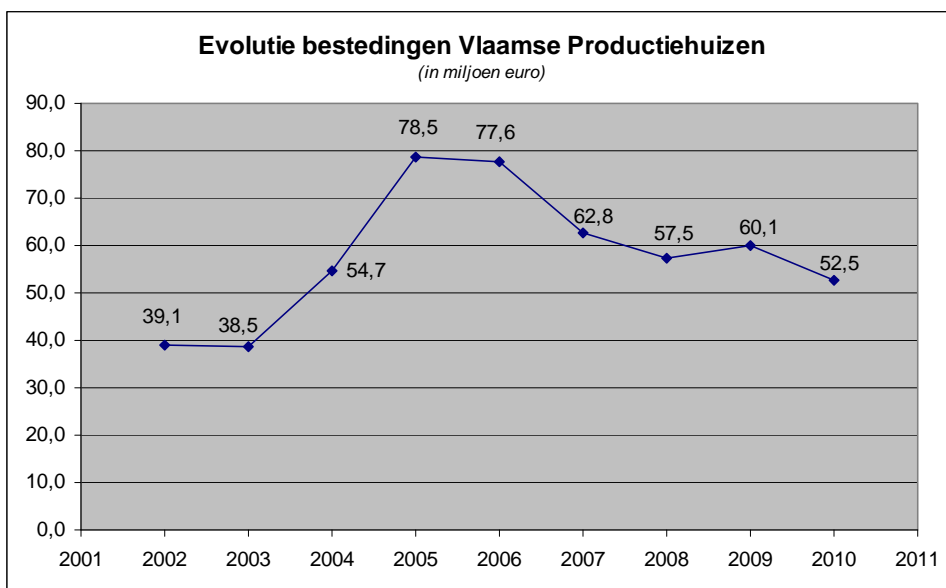
De VRT heeft een ontwikkelingsfonds om de ontwikkeling van mediaconcepten en formats te ondersteunen. 250.000 euro werd uit dit ontwikkelingsfonds onder onafhankelijke productiehuizen verdeeld.

De productiehuizen waarmee de VRT samenwerkte, waren *3Keys*, *Blazhoffska*, *Broedbloeders vzw*, *Caviar*, *C-view*, *De Filistijnen*, *Elisabeth NV*, *Eyeworks*, *Fact&Fiction*, *Filmnatie*, *Fobic Films*, *Harry Kies*, *Het Paleis*, *HotelHungaria*, *Koeken Troef!*, *Menuet*, *Off world*, *Oud België productions*, *Panache bvba*, *Prime Time*, *Riche, Riche & Riche*, *Ristretto*, *Skyline*, *Sputnik*, *Sultan Sushi*, *Sylvester Productions*, *TV makers*, *Visjes vzw*, *Written By* en *YouYou*.

De VRT had strategische partnerschappen met *De Mensen*, *Studio100* en *Woestijnvis*.

Het contract met *Woestijnvis* loopt midden 2011 af. Er werd beslist om vanaf dan niet langer op exclusieve basis met *Woestijnvis* samen te werken.

De samenwerking met het VAF bestond uit *Quiz me Quick*, *Red Star Line*, *Hedendaagse Taboes*, *Het Beloofde Land*, *Salamander*, *Kongo: Black Heart*, *White Men* en *The Artist*.



## Productiecijfers

### Radio

De totale radio-output bedroeg 92.732 uur. De stijging is te danken aan het feit dat RV/RVinfo meer uitzenduren en een beperkte gestegen eigen productie kende.

### Televisie

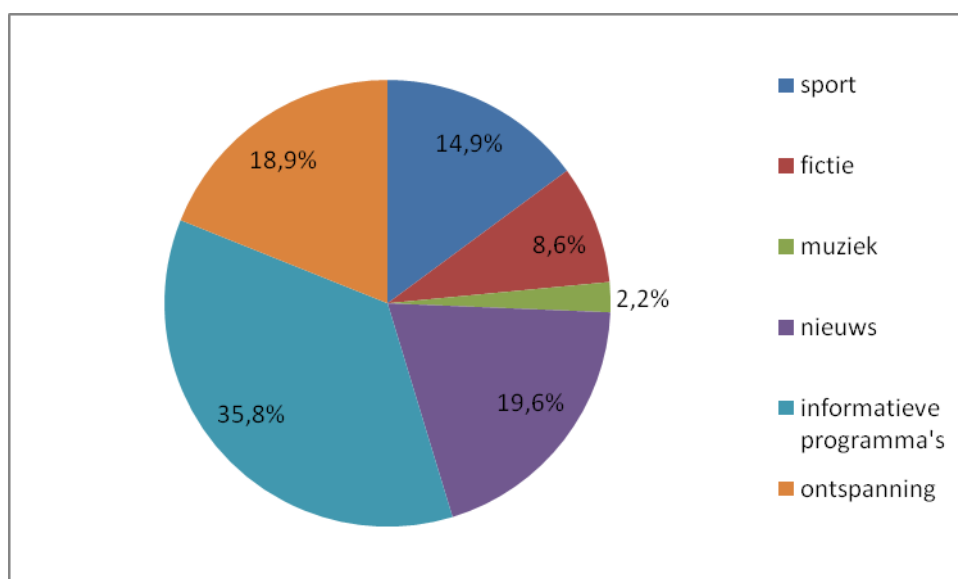
De nettoprogrammazentijd voor televisie bedroeg **9.968 uur**, een stijging ten opzichte van 2009 (9.772 uur) die onder meer te verklaren is door het toegenomen aantal uitzenduren van Ketnet en het WK voetbal.

**3.279 uur** waren door de VRT geproduceerde tv-programma's die voor de eerste maal werden uitgezonden (dit is inclusief coproducties en producties in opdracht). Met inbegrip van de herhalingen was het volume eigen producties **5.478 uur**. Dat is **55%** van de nettoprogrammazentijd (55,8% in 2009).

### Eigen productie Eén en Canvas/Ketnet

(eerste uitzendingen : 3.279 uren)

Een "Eigen productie" betekent hier een productie die gemaakt werd door een intern productiehuis van de VRT, een "commissioned" productie (= een productie die is uitbesteed aan een extern productiehuis), of een coproductie

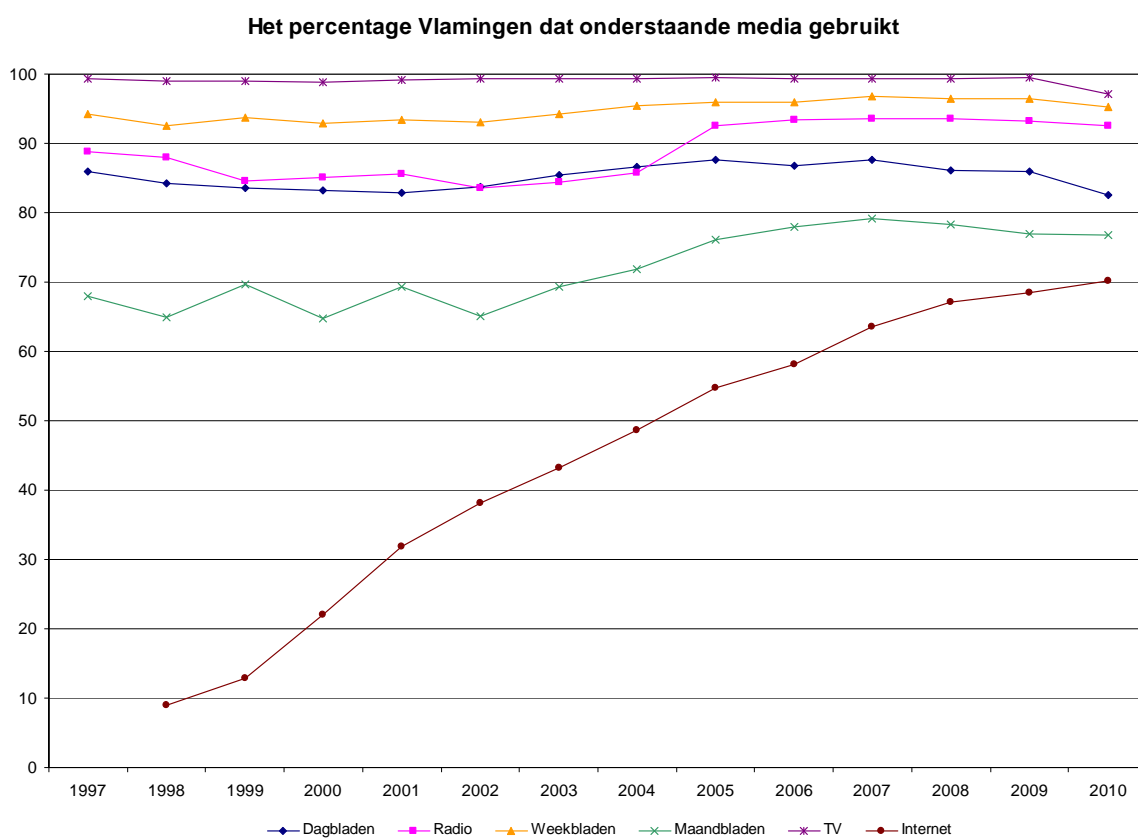


## Bereiken van de Vlaming

### Het mediagebruik van de Vlaming

De evoluties in het globale mediagebruik worden verzameld in de Plurimedia-Producten-Studie van het CIM. De stijging van het internetgebruik (websites en andere toepassingen) zet zich volgens deze studie door. 70,1% van de Vlaamse bevolking is nu online tegenover 68,5 % vorig jaar. Het gebruik van de andere media blijft vrij stabiel, uitgezonderd het lezen van dagbladen, dat gedaald is van 86% in 2009 naar 82,5% in 2010. Op een gemiddelde dag keek 67,1% van de Vlamingen ouder dan vier jaar minstens 15 minuten zonder onderbreking naar televisie (2009: 65,7%).

Het weekbereik tv-kijken bedroeg 89,9%. De resultaten van 2009 en 2010 met elkaar vergelijken is niet meer helemaal correct. Sinds 2010 kunnen CIM-resultaten ook gebaseerd zijn op uitgesteld kijken (time shifted viewing). Hierbij worden ook de kijkers die tot 6 dagen na de live-uitzending van een programma dit programma hebben (her)bekeken, meegeteld.



De beheersovereenkomst stelt dat de VRT over al haar media heen op maandbasis meer dan 90% van de bevolking moet bereiken. De omroep bereikte met zijn radio- en televisiezenders samen **97,2%** van de bevolking\*.

\*Bron: de PPM-studie (Portable People Meter) uitgevoerd door TNS-Media, in opdracht van de VRT en de VAR. Het gecombineerd bereikcijfer is het resultaat van een meting van de bereikcijfers van de VRT-tv-netten en VRT-radionetten bij een zelfde panel van respondenten (minimaal 15 minuten kijken naar een VRT-tv-net of luisteren naar een VRT-radionet, zonder onderbreking).

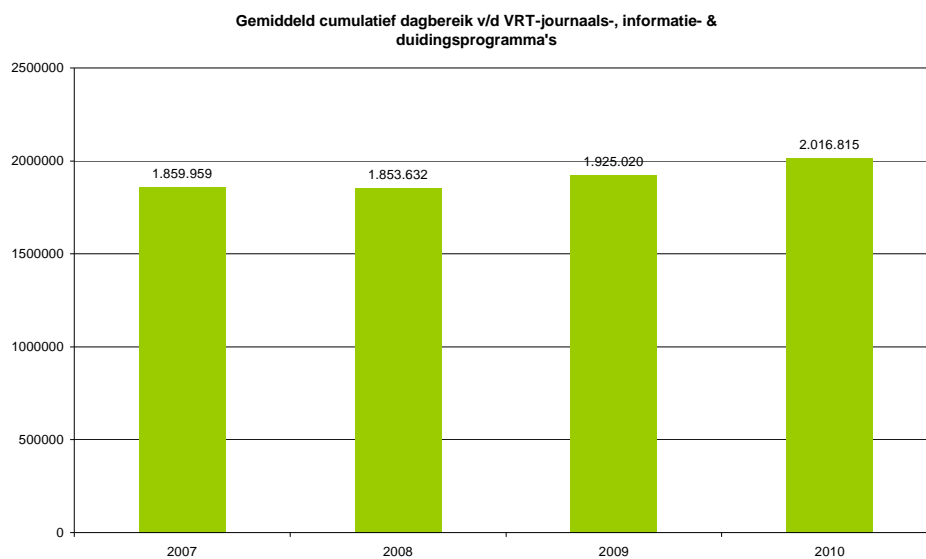
## Televisie

De tv-netten bereikten samen op weekbasis **89,2%** van de televisiekijkende bevolking ( in 2009: 88,9%) Wanneer ook de Vlamingen worden meegeteld die geen tv kijken, bereikte de VRT met haar tv-netten op weekbasis 80,1% van alle Vlamingen van vier jaar en ouder (4.681.919 mensen). Dat is meer dan in 2009 (77,8% of 4.533.362 mensen).

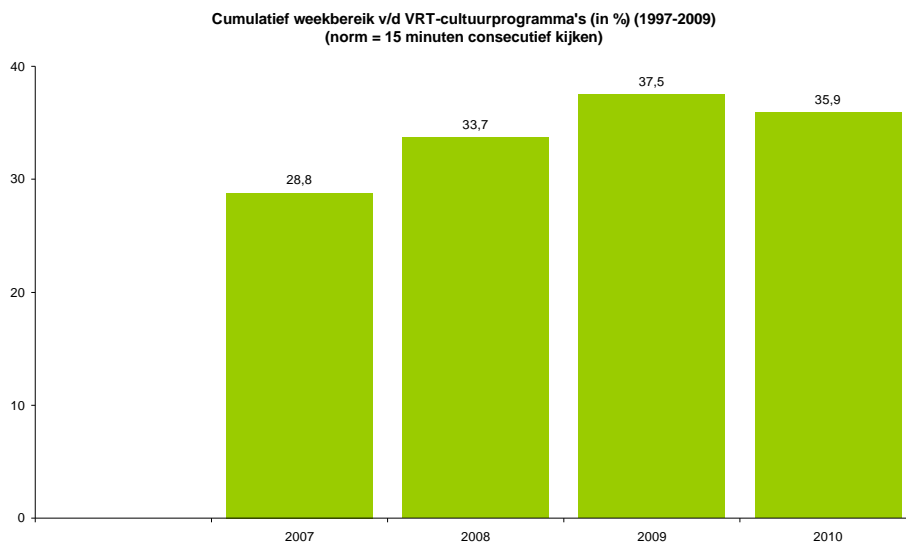
Per week keken gemiddeld 4.375.414 Vlamingen (72% t.o.v. 74,8% in 2009:) minstens 15 minuten zonder onderbreking naar Eén, 3.166.470 (54,1%) naar Canvas/Ketnet (2009:52,2%).

De Vlaamse kijker keek gemiddeld 2 uur en 57 minuten (9 minuten meer dan in 2009). De gemiddelde kijkduur voor Eén en Canvas/Ketnet samen per dag was 1 uur en 11 minuten (7 minuten meer dan in 2009).

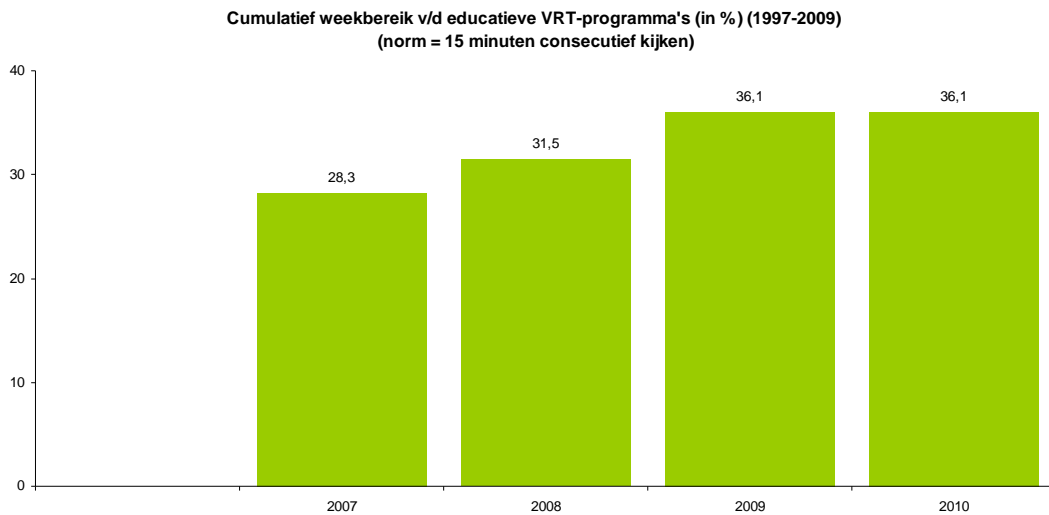
De beheersovereenkomst bepaalt dat de journaals en informatiemagazines op de tv-netten gemiddeld 60% van de VRT-kijkers moeten bereiken. **71,4%** van de VRT-kijkers (2.016.815 mensen) keek per dag naar een van deze programma's.



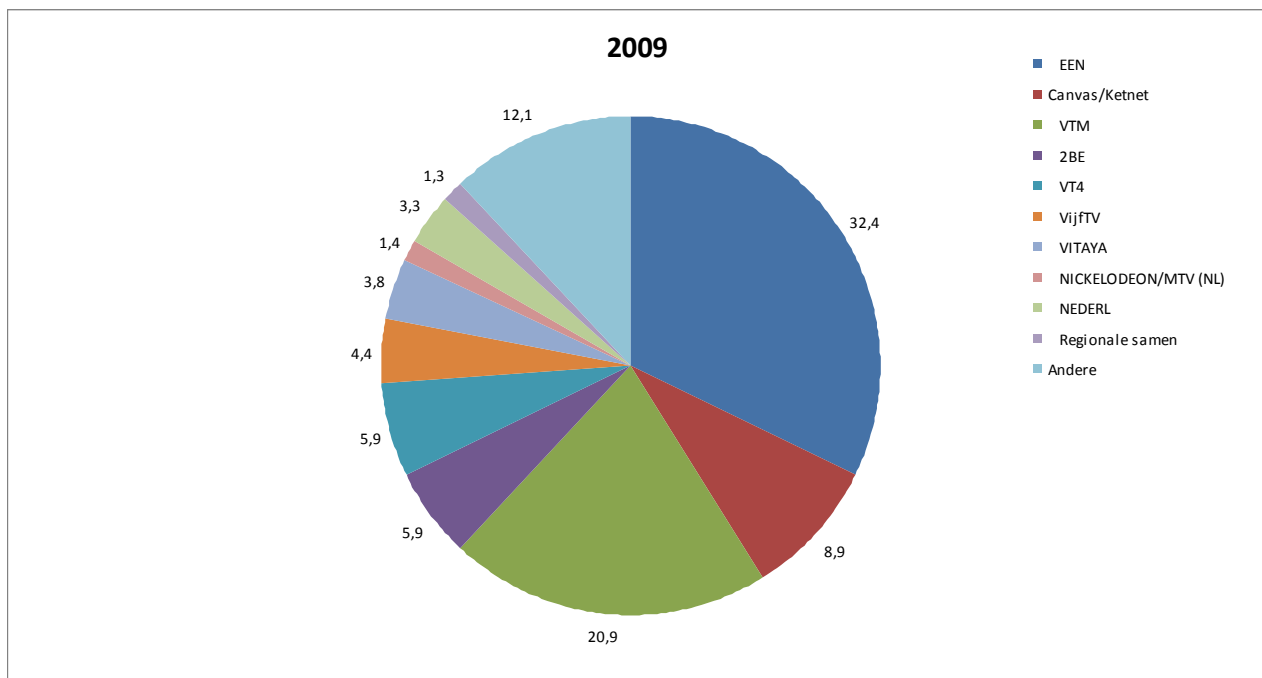
Eén en Canvas/Ketnet bereikten met hun cultuurprogramma's **35,9%** van de bevolking op weekbasis (37,5% in 2009). Een mogelijke verklaring voor de daling is dat het cultuuraanbod op de VRT-zenders beperkter was dan de voorgaande jaren. In 2009 werden 1.947 programma's uitgezonden, in 2010 waren er dat 1639 (308 programma's minder dan in 2009). Het verschil in aantal uitzendingen is echter minder groot. In 2009 werden 1050 uitzendingen besteed aan cultuurprogramma's, in 2010 daalde dit tot 909 uitzendingen.

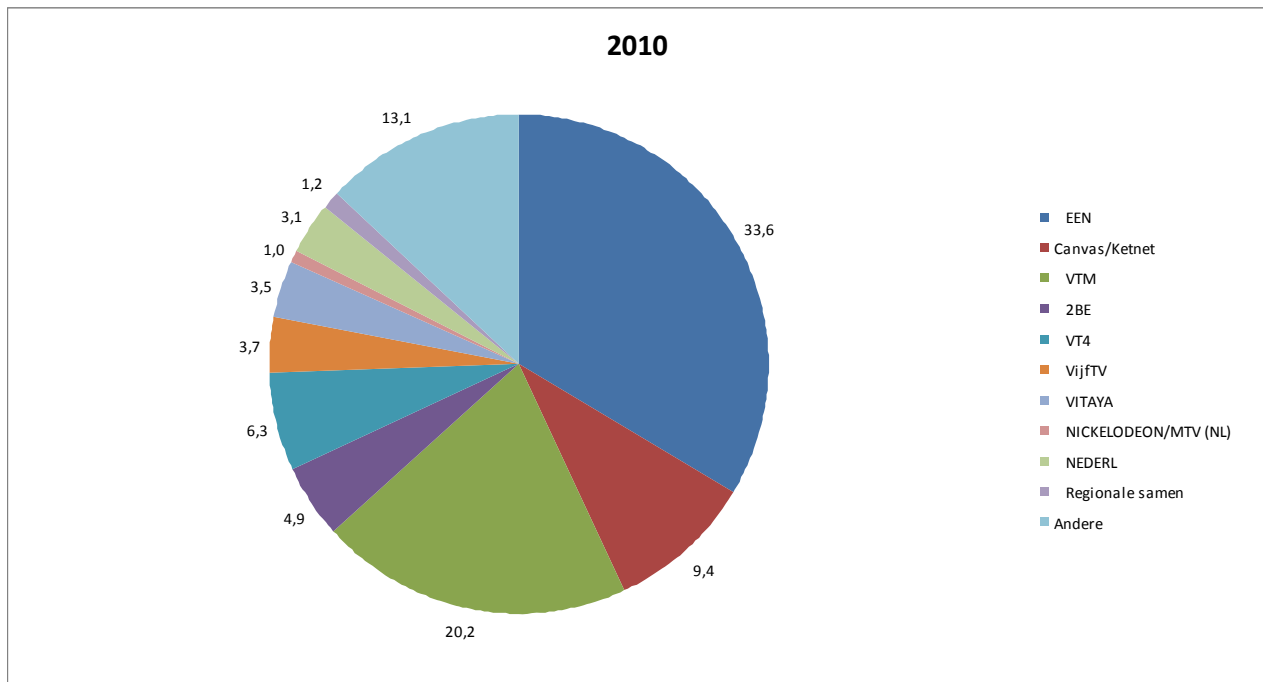


De VRT-zenders behaalden met hun educatieve programma's een weekbereik van 36,1%, precies evenveel als in 2009. 1845 educatieve programma's werden uitgezonden, 197 meer dan in 2009. In aantal uren is er echter een lichte daling, namelijk van 784 uren in 2009 naar 768 in 2010. Het valideringscomité voor de persformatiemaatstaven cultuur en educatie stelt de lijst van de educatieve programma's samen en rapporteert daarover periodiek aan de VRM ter validering.



Het marktaandeel van Eén (over 24 uur) was 33,6% (32,4% in 2009). Dat van Canvas/Ketnet was 9,4% ten opzichte van 8,9% in 2009. In het Canvasblok (tussen 20 uur en 2 uur) steeg het marktaandeel van 9,6% in 2009 naar 10,4%. Het marktaandeel van het Ketnet-tijdsblok daalde dan weer van 37,6% (2009) naar 31,0%.





De hoogste kijkcijfers van Eén waren voor een aflevering van *De Slimste Mens ter Wereld* (1.884.277), een aflevering van *De Pappenheimers* (1.850.664), een aflevering van *Witse* (1.823.739), een aflevering van *De Allerslimste Mens ter Wereld* (1.789.304) en een aflevering van *Oud België* (1.535.951).

De hoogste kijkcijfers van Canvas (kijkcijfers Sporza niet inbegrepen) waren voor een aflevering van *Zonde van de zendtijd* (638.105), een aflevering van *In de keuken* (507.377), een aflevering van *De Flandriens* (503.817), een aflevering van *De Canvascrack* (477.245) en een aflevering van *Mag ik u kussen?* (475.819).

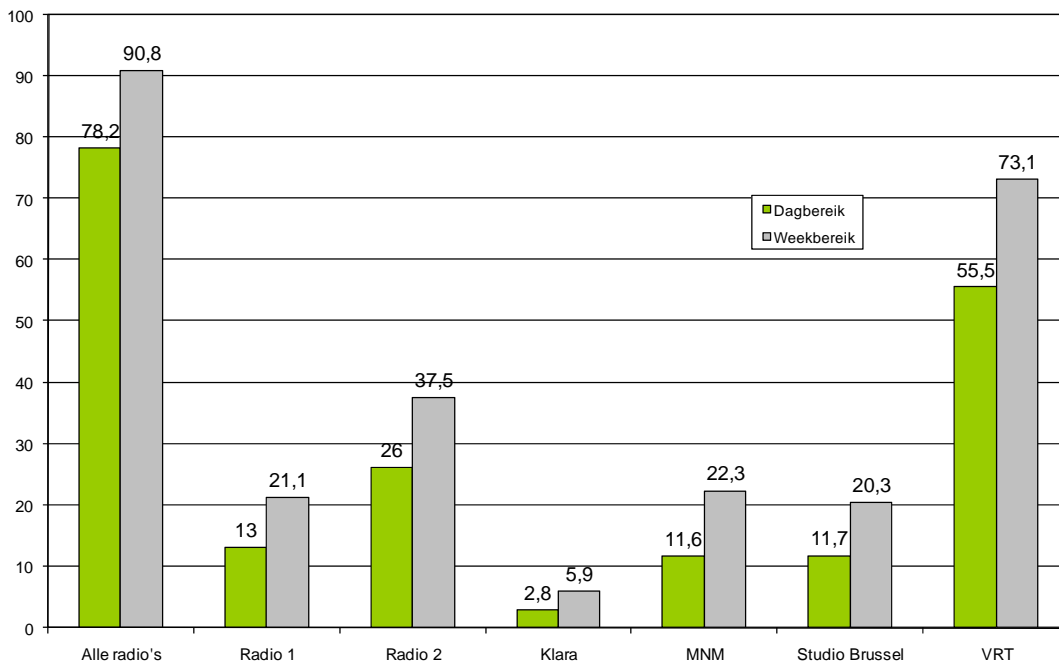
De hoogste kijkcijfers van Ketnet waren voor een aflevering van *Mega Mindy* (176.000), een aflevering van *Geboren jagers* (170.532), een aflevering van *Spring* (164.951), een aflevering van *De dansbende* (164.839) en een aflevering van *Kulderzipken* (161.707).

## Radio

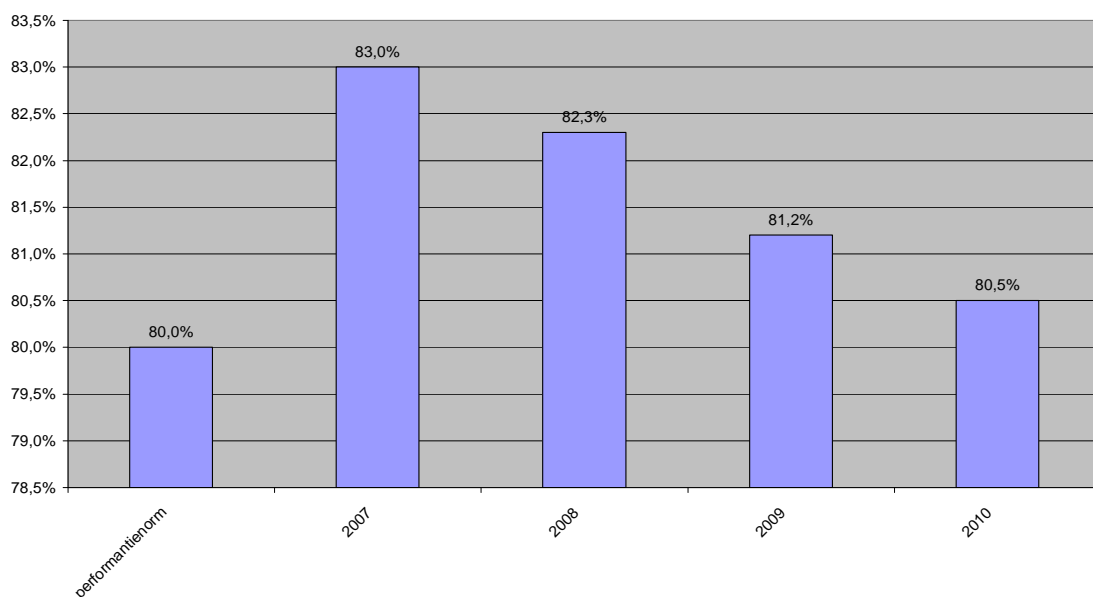
VRT-Radio gebruikt de CIM-cijfers om het relatieve weekbereik van haar radionetten te weten. 3.904.664 personen luisterden minstens 10 minuten per week naar een van de VRT-radionetten. Daarmee haalde de VRT-Radio een relatief weekbereik van **80,5%** en een absoluut weekbereik van 73,1%\*. Per dag bereikte de VRT 2.964.898 luisteraars (55,5% van alle Vlamingen). Radio 2 had een absoluut weekbereik van 37,5 %. Bij MNM bedroeg het absolute weekbereik 22,3%, bij Radio 1 21,1%, bij Studio Brussel 20,3% en bij Klara 5,9%

\* Dit cijfer slaat op het totale aantal Vlamingen van 12 jaar en ouder dat gedurende 1 week minimaal 10 minuten naar een VRT-radionet geluisterd heeft.

**Dag- en weekbereik van de VRT-radionetten 2010**

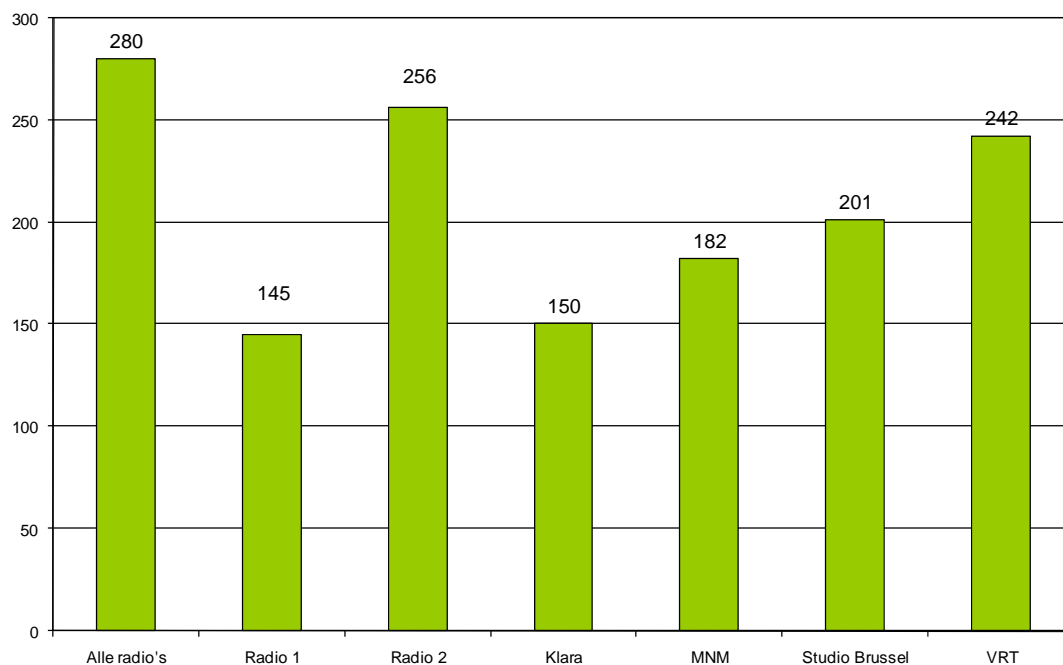


**Evolutie relatief bereik VRT-radio 2001-2010**



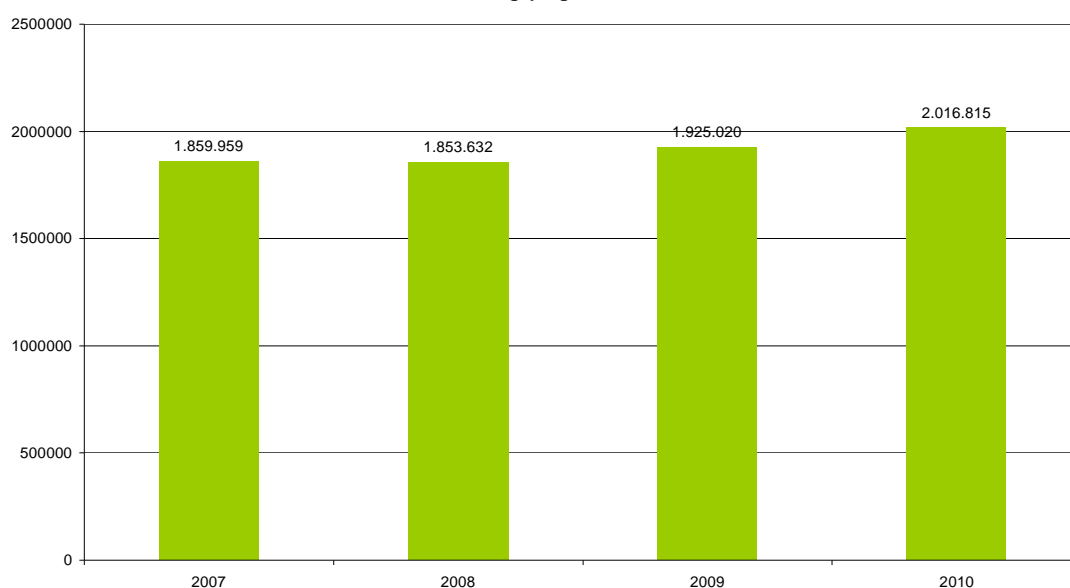
De gemiddelde luisterduur bedroeg voor VRT-radio 242 minuten per dag. Vrouwen luisteren iets langer dan mannen. De groep 55- tot 64-jarigen luistert qua leeftijd het langst naar de VRT-radio: 301 minuten per dag. Zelfstandigen luisteren in de beroepscategorieën het langst naar de VRT-radio. Luisteraars met een hoger secundair of technisch diploma luisteren in vergelijking met de andere opleidingsgroepen het langst: 260 minuten.

**Luisterduur (min) van de VRT-radionetten 2010**



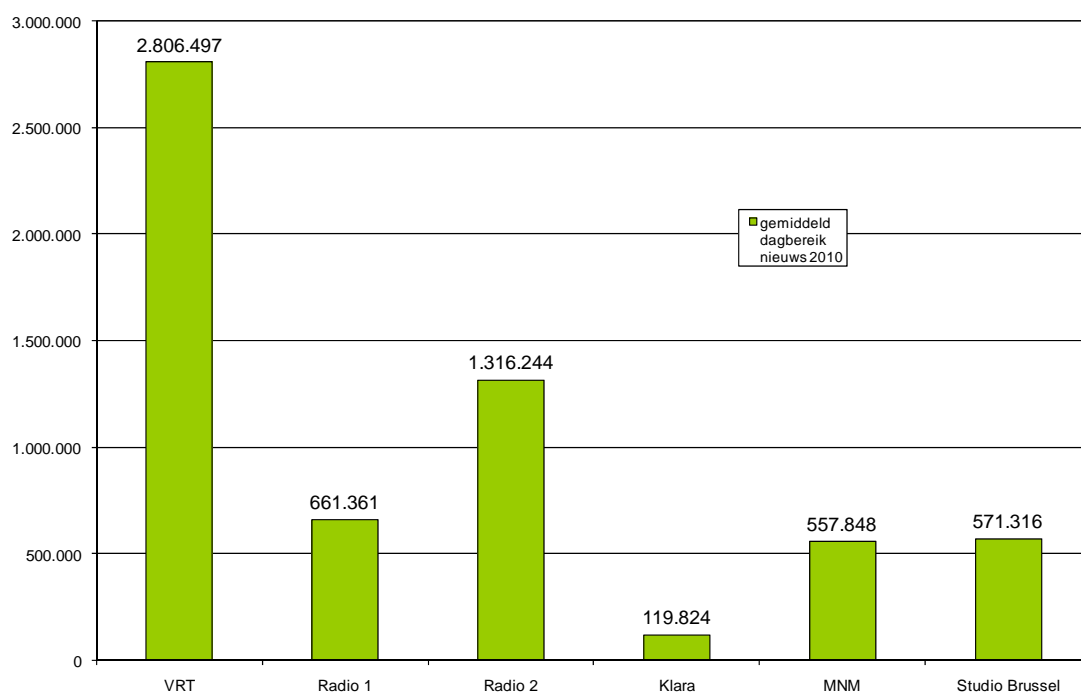
De VRT-radionetten bereikten samen per dag 94,6% van alle VRT-luisteraars met hun nieuwsbulletins. Dat is 52,5% (2.806.497 luisteraars) van alle Vlamingen die 12 jaar of ouder zijn.

**Gemiddeld cumulatief dagbereik v/d VRT-journaals-, informatie- & duidingsprogramma's**



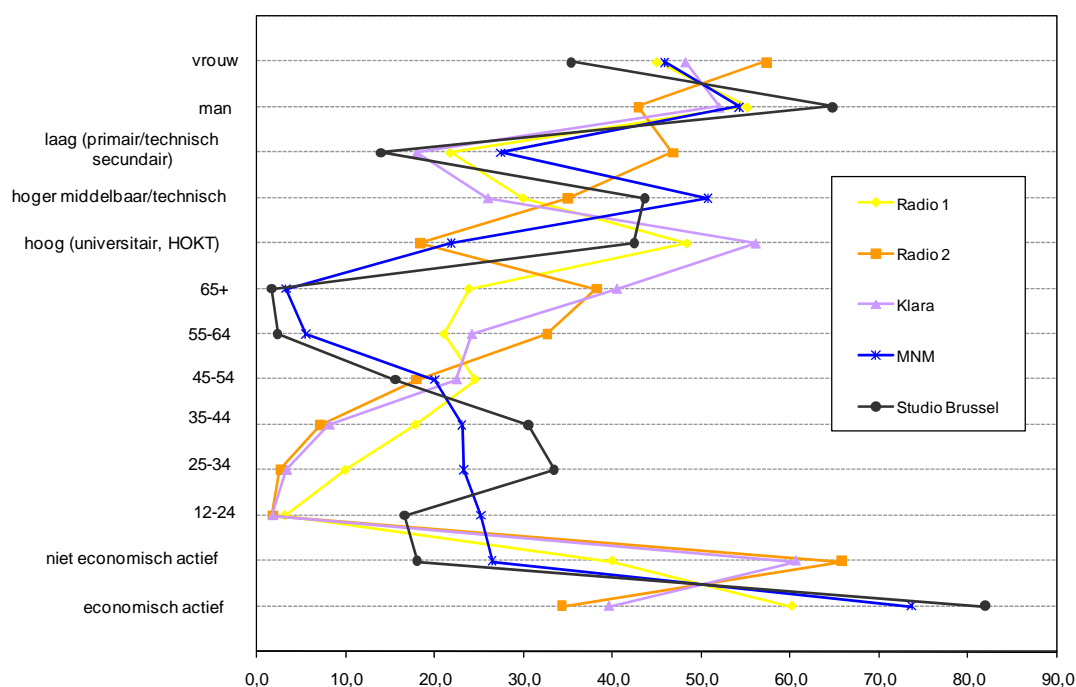


### Gemiddeld dagbereik van alle nieuwsuitzendingen per net in 2010 (ma-zon)



Uit de (jaarlijkse) complementariteitsanalyse van de VRT-studiedienst blijkt dat de vijf binnenlandse VRT-radionetten (Radio 1, Radio 2, Klara, MNM en Studio Brussel) samen de hele samenleving in al haar sociodemografische facetten blijven bereiken. De netten onderscheiden zich qua geslacht, leeftijd, beroep en opleiding en vullen elkaar aan. Alle lagen van de bevolking kunnen zich in het totale VRT-radio-aanbod terugvinden.

### Profiel van de VRT radionetten volgens socio-demografische groep in 2010



## Internet

Alle netten van de VRT hebben een eigen website met informatie over de programma's, programmaschema's en netevenementen. De mediagebruiker krijgt ook achtergrondinformatie (of links naar externe sites) over onderwerpen die aan bod kwamen in de programma's. Voor sommige programma's en evenementen worden er tijdelijke subsites opgezet. Er waren gemiddeld 368.344 bezoekers per dag voor de VRT-websites, een stijging van 28% ten opzichte van 2009.

De bedrijfswebsite **vrt.be** werd vernieuwd. De homepage heeft voortaan een portaalfunctie naar de net- en themasites. De website bevat nu ook een blog met bedrijfsnieuws naast de reguliere informatie over de opdracht van de VRT, de organisatie, de krachtlijnen van het aanbod en de ontvangstmogelijkheden. De site werd gemiddeld door 8.784 personen per dag bezocht.

**Deredactie.be** bereikte 146.250 unieke bezoekers per dag, 32% meer dan in 2009. Bij belangrijke gebeurtenissen bezochten meer mensen de nieuwssite. Dat was onder andere het geval bij de treinramp in Buizingen, de federale verkiezingen, de redding van de Chileense mijnwerkers en de uitspraak in de zaak-Clottemans.

**Sporza.be** bereikte gemiddeld 144.192 unieke bezoekers per dag, een stijging van 30% ten opzichte van 2009. De hoogste bezoekcijfers werden genoteerd tijdens de periode van het WK-voetbal, met een record van 254.278 unieke bezoekers tijdens de match Nederland-Denemarken. Andere hoge scores werden genoteerd tijdens de Tour de France en de WK-bid op 2 december.

Op 29 januari kreeg de internetcultuurredactie een eigen stek op het internet met de opstart van **cobra.be**. De cultuurwebsite van de VRT heeft per dag een stabiel aantal unieke bezoekers van ongeveer 5.000 geïnteresseerden.

Voor **een.be** waren er dagelijks gemiddeld 56.013 bezoekers, zowat 10% meer dan in 2009. De site trok extra bezoekers in het najaar, dankzij het groeiende succes van Jeroen Meus' kookprogramma *Dagelijkse kost*. Absolute uitschieters zijn er in december bij de start van *De allerslimste mens ter wereld* en een spannende aflevering van *Thuis* (moordaanslag op Frank). **Eén.be** sloot het jaar af met een record van 115.553 unieke bezoekers naar aanleiding van de diabetestest in het consumentenprogramma *Ook getest op mensen*.

**Canvas.be** had gemiddeld 9.768 unieke bezoekers per dag, dit is 20% meer dan in 2009. De site kreeg een uitzonderlijk hoog aantal unieke bezoekers tijdens de periode waarin het veel bekeken programma *Zonde van de zendtijd* werd uitgezonden. Naar aanleiding van de spraakmakende Panorama-uitzending *Plan B* werd een recordaantal bezoekers (19.572) genoteerd. De dagen daarna werd de uitzending nog 4000 keer (her)bekeken.

**Ketnet.be** bereikte gemiddeld 14.820 unieke bezoekers per dag, een stijging van 29% ten opzichte van 2009. In juni startte ketnet.be met een eigen Ketnetvideozone. Tijdens het tweede halfjaar werden in de Ketnetvideozone 5.228.103 clips gestart. Voor ketnet.be werden per videospeler 6,2 video's gestart. Het hoge aantal opgestarte video's in de Ketnetvideozone wijst op echt internetkijkgedrag.

**Radio1.be** had gemiddeld 9.327 unieke bezoekers per dag. De piekmomenten voor de site werden genoteerd tijdens de Radio 1 -sessies-week. Meer unieke bezoekers waren er ook naar aanleiding van de treinramp in Buizingen, de federale verkiezingen en de hitlijst *100 op 1*.

Voor **radio2.be** waren er dagelijks gemiddeld 11.683 bezoekers. Het hoogste aantal bezoekers werd genoteerd op de finaledag van de hitlijst *1000 Klassiekers* met 42.556 unieke bezoekers.

**Klara.be** had gemiddeld 3.628 unieke bezoekers, tegenover 6.920 unieke bezoekers in 2009. Deze daling is te verklaren doordat klara.be op 29 januari met de lancering van de cultuurthemasite cobra.be opnieuw een zuivere radiosite werd. De *Koningin Elisabethwedstrijd* en de hitlijst *Klara Top 75* zorgden voor een hoog aantal unieke bezoekers.

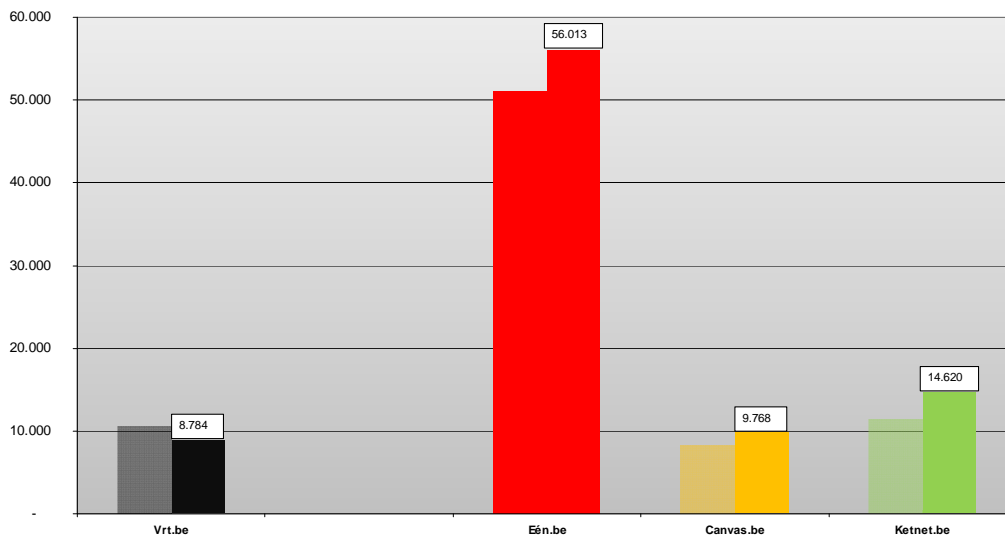
Naar **stubru.be** kwamen gemiddeld 25.896 unieke bezoekers per dag, met topdagen tijdens de *Music for life*-actie. In vier dagen werden meer dan 100.000 unieke bezoekers geteld en noteerde stubru.be dagelijks meer dan 32.000 videostreamers en 45.000 audiostreamers, die samen 205.000 uur keken en 550.000 uur live luisterden naar het *Music for life*-evenement via internet. Er werden dan ook meer dan 850.000 on-demand-videoclips (her)bekeken (normale dag: 25.000 ).

Voor **mnm.be** waren er gemiddeld 10.313 bezoekers per dag, een daling met 15% tegenover 2009. Deze daling moet evenwel in perspectief geplaatst worden aangezien het voorjaar voor mnm.be atypisch was wegens de herlancering van de zender. Bekeken over het hele jaar bereikt mnm.be een stabiel aantal unieke bezoekers. Uitschieter was de week en vooral de finaledag van de *MNM Top 1000*.

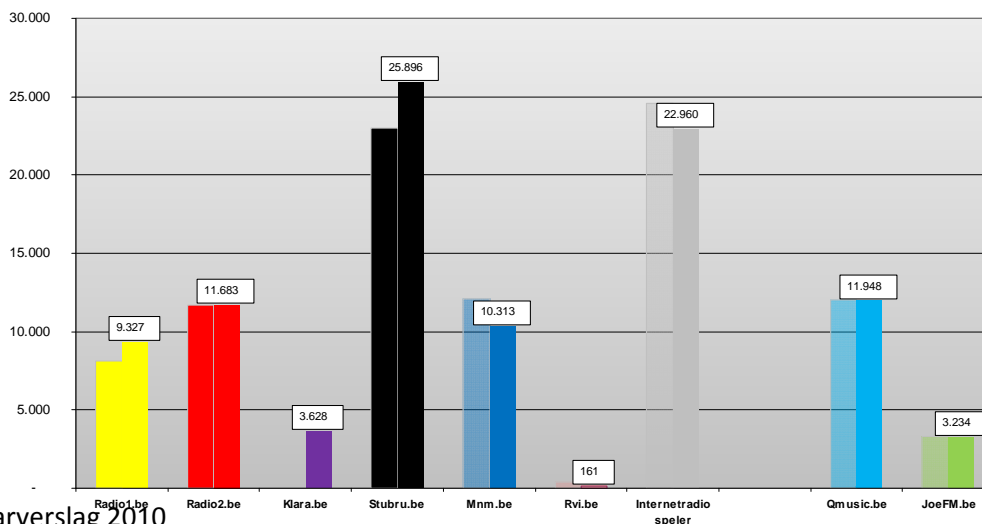
### Internetradiospeler

Via de internetradiospeler luisterden gemiddeld 22.960 mensen per dag naar het VRT-radio-aanbod, in 2009 waren er dat gemiddeld 24.600. Deze daling wekt de indruk dat het internetradioluisteren afneemt, maar dat is niet het geval. Uit de streamingstatistieken blijkt immers dat er elke dag meer dan 50.000 internetluisteraars zijn. Het aandeel van de VRT-internetradiospeler bedraagt dus ongeveer 50%, de andere helft is voor rekening van alternatieve kanalen zoals iTunes en mobiel. Ook het luistervolume nam sterk toe: meer dan 35 miljoen uur audio werd live gestreamd / beluisterd, dat is 17% meer dan in 2009.

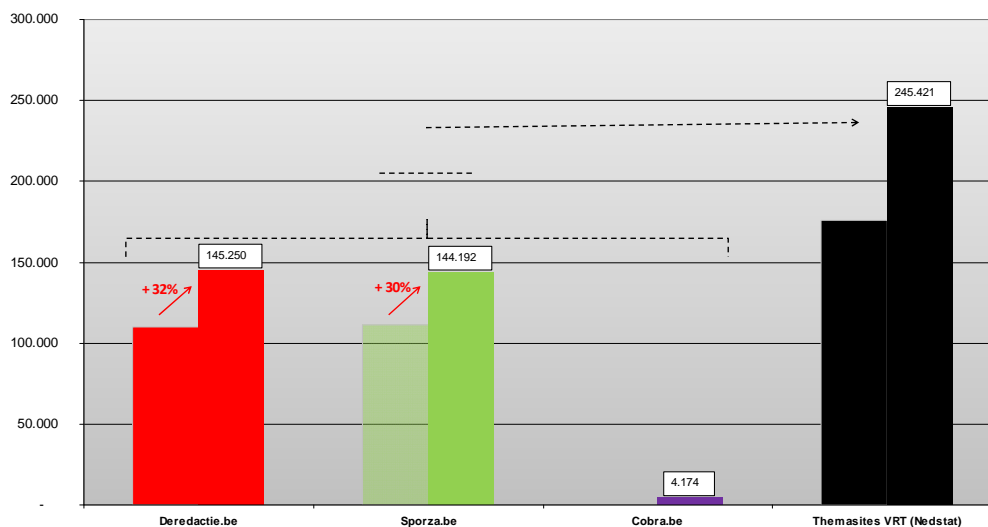
Gem. aantal unieke bezoekers per dag voor Vrt.be en de TVmerken-sites - 2010 versus 2009 (bron: metriweb)



Gem. aantal unieke bezoekers per dag voor de RADIO-sites - 2010 versus 2009 (bron: metriweb)



Gem. aantal unieke bezoekers per dag voor de VRT-THEMA-sites - 2010 versus 2009 (bron: metriweb & Nedstat)



### Teletekst

De berichten die op deredactie.be en sporza.be verschijnen, komen in aangepaste vorm op VRT-Teletekst. Daarnaast bevat de service ook berichten over cultuur en media, weer en verkeer, financiën en de tv-gids. Teletekst bereikte dagelijks gemiddeld 576.094 kijkers (Eén en Canvas samen).

### Digitale televisie

De journaals, *Het weer*, *Terzake* en *Karrewiet* worden gratis ter beschikking gesteld van de digitale kijkers. Vooral *Het Journaal* en het weerbericht werden in 2010 vaak opgevraagd: 5.150.929 keer, een stijging van 46,3% in vergelijking met 2009.

Het aantal opvragingen van dit gratis aanbod stijgt sterker dan het aantal digitale abonnees (+27,9%). Dat is niet het geval voor het Net gemist (+11%) en Ooit gemist (+22,2%). Enkel de formule *Ooit gemist + 7 dagen* laat een sterke stijging zien (+46,2%), mogelijk dankzij de extra promotiecampagnes. De opvragingen van programma's die minder dan 7 dagen geleden uitgezonden werden, staat onder druk door de toegenomen mogelijkheden om op een gemakkelijke manier programma's met een digitaal opnametoestel op te nemen.

	2009 Totaal	2010 Totaal	% evolutie
Aantal IDTV-abonnees	1.133.155	1.449.345	27,9%
Aantal NG-abonnees			+/- status quo
Journaal & weer	3.519.755	5.150.929	46,3%
NG	3.393.589	3.766.638	11,0%
OG	1.805.948	2.206.183	22,2%
OG +7d	840.801	1.228.861	46,2%
OG -7d	898.209	935.877	4,2%
OG gratis	66.938	41.445	-38,1%
Eindtotaal	8.719.292	11.123.750	27,6%

## Mobiele media

2010 was ongetwijfeld het jaar van de doorbraak van mobiele media voor de VRT. In het begin van het jaar telden de mobiele sites m.deredactie.be en m.sporza.be nauwelijks 1.000 bezoekers per dag. Naar het jaareinde toe steeg dit aantal tot respectievelijk 9.148 en 10.542 bezoekers per dag. Bovendien is er ook nog een aantal mediagebruikers dat via een mobiel toestel de reguliere VRT-sites blijft bezoeken. Meer dan 5% van de themasitebezoekers raadpleegt dus het aanbod via een mobiel toestel.

Ook Studio Brussel zette de stap naar mobiel met de lancering van m.stubru.be dat elke dag om en bij de 500 gebruikers telt. Studio Brussel-content wordt sinds september ook aangeboden via een eigen iPhone-app (met ongeveer 750 gebruikers per dag) en Android-app (ongeveer 150 gebruikers per dag).

Ook de mobiele Teletekst-applicatie blijft het erg goed doen met 10.000 bezoekers per dag.

## Videoconsumptie op internet

Maandelijks worden op de VRT-sites meer dan 10 miljoen videoclippen opgestart, naar het einde van het jaar toe bedroeg het aantal opgestarte videoclippen zelfs 16 miljoen. Vooral het videoaanbod van deredactie.be en sporza.be trekt de mediagebruiker aan.

Alles samen werden in 2010 ruim 150 miljoen clips gestart, een stijging van 75% tegenover het jaar tevoren.

Deredactie.be	69.166.659
Sporza.be	56.421.933
Cobra.be	1.208.562
Een.be	8.084.229
Canvas.be	2.768.611
Ketnet.be *	5.228.103
Stubru.be	7.800.366
<b>TOTAAL</b>	<b>150.678.463</b>

\* ketnet.be startte op 11 juni 2010 met een eigen Ketnet-videozone

Bron: VRT-studiedienst & Nedstat-StreamSense

## Sociale medianetwerken (SMN)

De initiatieven rond sociale medianetwerken (SMN) die de VRT eerder opstartten, werden verder uitgebreid. Het aantal VRT-fanpagina's bij Facebook en het aantal volgers op de VRT-Twitterpagina's nam aanzienlijk toe. Opmerkelijk is het Facebook-verhaal van Studio Brussel: met 137.000 fans neemt Studio Brussel naar Vlaamse internethoofdstad een uitzonderlijke positie in.

## Facebook

	1/01/2010	31/12/2010
Deredactie.be: aantal FB-fans	15	14.925
Sporza: aantal FB-fans	27.004	78.636
Cobra.be: aantal FB-fans	1.957	12.501
Een.be: aantal FB-fans *	46	1.559
Canvas.be: aantal FB-fans *	5.402	12.248
Radio1.be: aantal FB-fans	1.298	4.914
Klara.be: aantal FB-fans	-	2.623
Stubru.be: aantal FB-fans	53.528	136.865
Mnm.be: aantal FB-fans	10.932	20.686

Bron: VRT-studiedienst & Facebook

## Twitter

	1/01/2010	31/12/2010
Deredactie.be: aantal TW-followers	1020	5542
Sporza.be: aantal TW-followers	2706	5763
Sporza_koers: aantal TW-followers	1401	5619
Cobra.be: aantal TW-followers	63	281
Een.be: aantal TW-followers		581
Canvas.be: aantal TW-followers	343	1690
Radio1.be: aantal TW-followers	750	3366
Stubru.be: aantal TW-followers	4353	13039
Mnm.be: aantal TW-followers	1199	2625

Bron: VRT-studiedienst & Twitter

## MENSEN EN MIDDELEN

### *Het menselijk kapitaal*

Het HR-beleid ondersteunt de organisatie en haar medewerkers bij de veranderingsprocessen. Ondanks de besparingscontext werd blijvend geïnvesteerd in de creativiteit en het talent van de medewerkers.

#### **Samenstelling personeelsbestand**

De VRT had op 31 december 2601 actieve personeelsleden, goed voor 2438,65 voltijds equivalenten en 1 personeelslid met verlof voorafgaand aan pensioen\*. 33% van de medewerkers was statutair, 67% was contractueel. 37% van de actieve medewerkers was een vrouw, 63% een man. Bij de managers was 36% een vrouw.

\*Dit aantal bevat niet de 40 statutaire personeelsleden van vzw Vlaams Omroeporkest en Kamerkoor, 51 personeelsleden met loopbaanonderbreking, 114 personeelsleden die om diverse redenen niet tot het actief personeel behoren (ambtsopheffingen en –onthefingen, gedetacheerden, e.d.)

De verdeling van de medewerkers volgens contractsoort

Bepaalde duur	27
Onbepaalde duur	1662
Statutair	869
Vervangingscontract	48

Naar leeftijd was de verdeling

tot en met 29 jaar	271
30 – 39 jaar	751
40 – 49 jaar	714
50 - 59 jaar	797
vanaf 60 jaar	73

Volgens een beslissing van de Raad van Bestuur werd de VRT-structuur in 2010 vereenvoudigd. Het aantal managementfuncties werd verminderd. In 2009 waren er nog 79 managers, in 2010 werd dit aantal teruggebracht naar 55. Dat is een vermindering van 30%.

De verdeling van de medewerkers over de tien functieklassen zag er zo uit

1	6
2	112
3	244
4	710
5	659
6	753
7	67
C	46
B	4
A	5

Naar directie was de verdeling

	In VTE	In koppen
Beleid	105,9	112
Productie & OA	1741,2	1860
Media	107,25	117
Algemene diensten	485,1	517

## Jobkansen

In het kader van het besparingsplan werd beslist om een selectieve wervingsstop in te voeren. Daardoor lag de instroom van medewerkers aanzienlijk lager in 2010. 39 nieuwe medewerkers traden in dienst, 161 medewerkers verlieten de VRT. Ondanks een lager aantal vacatures wil de VRT zich nog steeds als een aantrekkelijke werkgever positioneren. Vacatures en ruimere informatie over werken bij de VRT worden gepubliceerd op de jobsite van de VRT. De VRT-jobsite werd als onderdeel van de nieuwe VRT-website ook geüpdatet. Alle vacatures worden intern bekendgemaakt. VRT-medewerkers kunnen solliciteren via een interne sollicitatiewizard. Van alle vacatures werd 79% door interne doorgroei ingevuld.

De VRT ontving 431 sollicitaties voor gepubliceerde vacatures. 132 mensen solliciteerden spontaan, eveneens online. 215 studenten deden een stage bij de VRT.

Zes personen van allochtone afkomst of met een functiebeperking kregen een betaalde stageplaats bij de VRT.

## Telewerken

Op 31 december waren er 475 telewerkers. Dat is 18% van de actieve personeelsleden. 387 medewerkers werkten regelmatig thuis, 26 medewerkers werkten regelmatig vanuit een satellietkantoor en 62 deden beide. Thuiswerken gebeurt sinds 2010 via een elektronische identiteitskaartlezer die elke VRT-medewerker gratis kon verkrijgen.

## Afwezigheden

Bij de registratie van afwezigheden van medewerkers wegens ziekte, zwangerschap, arbeidsongeval of beroepsziekte gebruikt de VRT dezelfde kengetallen voor absenteïsme als de Vlaamse overheid. *(IN VOETNOOT: dat betekent dat de personeelsleden met detachering, met ambtsopheffing of – ontheffing en met verlof met wedde voor pensioen niet meegeteld worden.)*

De gemiddelde afwezigheid wegens ziekte blijft door de jaren stabiel, maar in 2010 was het aantal dagen afwezigheid wegens arbeidsongeval of beroepsziekte beduidend hoger.

### Afwezigheden

	ziekte	zwangerschap	arbeidsongeval of beroepsziekte	totaal VRT
Afwezigheidspercentage(*)	3,94	0,6	0,13	4,67
Afwezigheidsfrequentie(**)	1,34	0,02	0,05	1,41
Gemiddelde afwezigheidsduur(***)	11,7	nvt	17,74	Nvt

(\*) Het aantal werkdagen afwezigheid (voltijds + deeltijds), gedeeld door het aantal volgens de uurroosters te werken dagen, vermenigvuldigd met honderd.

(\*\*) Het aantal nieuw begonnen voltijdse afwezigheidsperiodes, gedeeld door de personeelscapaciteit in voltijds equivalenten, gebaseerd op de uurroosters.

(\*\*\*) Het aantal kalenderdagen afwezigheid, gedeeld door het aantal voltijdse afwezigheidsperiodes.

## Het sociaal overleg

Om de door de Vlaamse regering opgelegde besparingen te realiseren moest ook op personeelskosten bespaard worden. Het aantal personeelsleden op 31 december 2009 moest met 279 VTE verminderd worden.

Op 31 maart 2010 werd tussen directie en vakbonden een onderhandelingsprocedure afgesproken. De onderhandelingen volgden twee sporen. Enerzijds wilde men structurele besparingen uit efficiencytrajecten maximaliseren. Anderzijds werd nagedacht over vrijwillige uitstroommaatregelen om het personeelscontingent te verminderen.

De vakbonden voerden een campagne met als thema 'Hart en ziel van de VRT'. Daarbij organiseerden ze op 9 juni een vierentwintigurenstaking. Daaraan namen 498 medewerkers deel. De gevolgen van deze staking waren op radio en televisie en online voelbaar. Uiteindelijk bereikten



directie en vakbonden een akkoord over de personeelsgevolgen van het besparingsplan op 25 juni. Op 28 juni 2010 keurde de Raad van Bestuur het besparingsplan voor de VRT goed. Naast de vooropgestelde uitstroom werd ruimte gemaakt voor 60 VTE instroom. Bovendien werd voor 2011 een reserve van 2,5 miljoen euro voorzien om ongewenste gevolgen van de uitstroom op te vangen.

Om de uitstroom van het vooropgestelde aantal medewerkers te realiseren werden volgende maatregelen afgesproken. Medewerkers werden gestimuleerd om een vorm van deeltijdse tewerkstelling op te nemen, al dan niet in het stelsel van loopbaanonderbreking. Wie vrijwillig ontslag nam en niet vervangen werd, ontving een vertrekpremie. Oudere werknemers werden gestimuleerd om hun pensioendatum voor een vervroegd pensioen vast te leggen en kregen hiervoor een gedeeltelijke dienstvrijstelling voorafgaand aan hun pensioen. De keuze voor elke maatregel gebeurde op vrijwillige basis.

#### Resultaten uitstroom

	Geraamd	Gerealiseerd
<b>Uitstroom</b>		
Pensionering	-12	-20,6
Maatregel 60+	-83	-85,8
Opzegging	-30	-16,9
Vrijwillig vertrek	-20	-26,6
Maatregel Vertrekpremie	-14	-6,2
Maatregel 50% LBO of deeltijds	-30	-30,6
Maatregel Dienstvrijstelling	-90	-105,9
<b>Totale uitstroom in 2010</b>	<b>-279</b>	<b>-292,6</b>

Andere personeelsdossiers die aan bod kwamen in het sociaal overleg zijn de volgende:

- Er werd een gecoördineerd protocol afgesloten inzake de tewerkstelling van uitzendkrachten bij de VRT. Twee bestaande protocollen worden daarbij gecoördineerd. Het nieuwe protocol regelt in hoofdzaak wanneer uitzendkrachten tewerkgesteld kunnen worden en tegen welke vergoeding.
- Aan meemoeders werd een verlof toegekend naar aanleiding van de geboorte van een kind in hun gezin.
- Om een algemene premieverhoging van de hospitalisatieverzekering te vermijden werd de franchise voor een eenpersoonskamer verhoogd.
- Formeel initiatief tot aanpassing van het statutair pensioendecreet en akkoord over het overhevelen van de dienstverlening betreffende pensioenen aan de PDOS (Pensioendienst voor de Overheidssector).

#### HR-projecten

##### Proefproject rond zelfsturende teams

HR nam initiatieven om bij te dragen aan de doelstelling om een performante en toekomstgerichte organisatie te zijn. HR startte mee het project 'werken aan een creatieve en innovatieve organisatie' op. Het betreft een proefproject in samenwerking met Flanders Synergy.

[andere HR-projecten : link naar operationele kwaliteit]

##### Nieuwe HR-directeur

Na haar aantreden startte de nieuwe gedelegeerd bestuurder de wervingsprocedure voor een nieuwe HR-directeur op. De Raad van Bestuur keurde het voorstel goed om de directeur HR in de toekomst opnieuw op te nemen in het directiecomité. De nieuwe directeur zal rechtstreeks rapporteren aan de gedelegeerd bestuurder.

## **Aandacht voor milieu en energie**

De VRT schenkt in haar uitzendingen regelmatig aandacht aan de klimaatverandering en milieuproblematiek en probeert de bevolking te sensibiliseren in het verminderen van de CO<sub>2</sub>-uitstoot. 2010 stond ondermeer in het teken van het Internationale jaar van de Biodiversiteit. Op radio en televisie werd aan dit onderwerp ruime aandacht besteed, in een samenwerkingsproject met de Federale Overheid, de Vlaamse Overheid en het Brussels Gewest in het kader van het Belgisch Voorzitterschap van de Raad van de Europese Unie.

De VRT gebruikt 100% groene stroom in het omroepcentrum en de gebouwen van de regionale omroepen. Bij verbouwingen geldt een minimaal energieverbruik als leidend principe. De VRT vervangt geleidelijk energievervlindende componenten door energievriendelijke exemplaren om het elektriciteitsverbruik onder controle te houden. Na een jarenlange stijging van 10% per jaar was er voor het eerst in 2008 geen stijging, in 2009 voor het eerst een daling met 2% en in 2010 bleef het energieverbruik constant.

Ook met acties voor het personeel focuste de VRT op energiebesparing en de milieuproblematiek. De VRT nam onder meer deel aan de Dikketruiendag, Earth-hour, de Ik Kyoto-actie, Bike to Work en de Kyoto-week.

In juni won de VRT de Belgische Energie-en Milieuprijs 2010 in de categorie Institution Sustainable Development Award. Hierbij wordt de VRT beloond voor haar opmerkelijke acties die leiden tot een duidelijke verbetering van de levenskwaliteit en tot gunstige effecten op het milieu. De VRT streeft ernaar om het label Eco-dynamische Onderneming van Leefmilieu Brussel te verkrijgen. De VRT is lid van MVO Vlaanderen en van Kauri, het Belgische Multi-actor Netwerk voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen.

## **Technologie en innovatie**

### **Continuïteit van het signaal**

De telecomdiensten verzekerden een continuïteit van meer dan 99,5% voor de radio- en tv-uitzendingen: FM-radio 99,98%, MW-radio (AM) 99,89%, DVB-T 99,77% en DAB 99,76%.

### **Ontvangstproblemen**

Er zijn een aantal (geplande) onderbrekingen en incidenten geweest voor zowel FM, DAB en DVB-T, die te maken hadden met het uitbouwen van additionele DVB-T-multiplexen en zendernetwerken door Norkring België voor andere klanten van Norkring België.

### **Radio**

Er werden geen significante technische wijzigingen doorgevoerd aan het FM-zenderpark en de FM-frequenties van de VRT. De FM-zenders van de VRT, met uitzondering van MNM, bestrijken heel Vlaanderen. MNM bestrijkt 95% van het grondgebied.

De DAB-ontvangst is onveranderd gebleven. De ontvangst was in 98% van het volledige grondgebied (inclusief Brussel) verzekerd met een aangepaste antenne op de wagen en in 84% via een binnenhuisantenne.

### **Televisie**

Sinds 1 december is de EPG (elektronische programmagids) ook actief op DVB-T. Het aantal DVB-T-zenders veranderde niet en de binnenhuisontvangst via DVB-T bleef mogelijk bij 75% van de bevolking in Vlaanderen en Brussel. Met een buitenhuisantenne op het dak van de woning was DVB-T in heel Vlaanderen te ontvangen.

### **Technologische investeringen**

De VRT vernieuwde Studio 3, die voornamelijk gebruikt wordt voor duidingprogramma's. Deze studio beschikt nu over alle hogedefinitiefaciliteiten. Ook in de grafische vormgeving van de tv-programma's is geïnvesteerd om in de toekomst over alle mogelijkheden te beschikken om programma's in hoge resolutie van grafiek te voorzien.

De uitzendstudio's van Studio Brussel en Radio 2 Oost-Vlaanderen werden vernieuwd net als de nieuwswagens voor radio. Bij Radio is ook de nieuwe hoofdcontrolekamer, die verantwoordelijk is voor het aansturen en opvolgen van alle radio-uitzendingen, in gebruik genomen. Voor de digitale tv-

platformen van Telenet en Belgacom werden extra diensten ontwikkeld, zoals het aanbieden van nieuws- en sportberichten en het toevoegen van een videoportaal.

De VRT integreerde de financiële en planningssystemen om nog meer kostenbewust te kunnen omspringen met middelen bij het produceren van tv- en radioprogramma's. Zo kunnen in de toekomst de kosten verbonden aan de productie van een programma programma adequaat opgevoeld worden.

## **Innovatie**

De openbare omroep heeft de opdracht te investeren in media-innovaties. De resultaten daarvan worden ter beschikking gesteld van de andere actoren in het Vlaamse medialandschap. De overeenkomst Onderzoek & Innovatie tussen de VRT en de Vlaamse Gemeenschap regelt het kader waarbinnen de VRT de technologische ontwikkelingen opvolgt en toepast. De VRT heeft een eigen afdeling, het VRT-medialab ([www.vrtmedialab.be](http://www.vrtmedialab.be)) die binnen de mediasector onderzoek verricht naar het ontwikkelen, beheren en distribueren van mediacontent. Hoewel de focus op de Vlaamse mediemarkt ligt, streeft het VRT-medialab ook samenwerking op Europees en wereldvlak na.

De opgebouwde expertise resulteerde in drie spin-offs.

- Het project 'volgende generatie mediaproductieketen' werd afgerond. Daarin werd de optimalisatie van typische media workflows (bvb. postproductie) op generieke opslaginfrastructuur bestudeerd.
- Het VRT-medialab faciliteerde ook de invoering van een geautomatiseerde workflow voor het digitaliseren van archiefmateriaal, door zijn expertise aan de VRT ter beschikking te stellen.
- Voorbereiding onderzoekstraject CHAMP: niet de technologie maar de programmamaker staat centraal door te focussen op zijn behoeften en een flexibel productieplatform op te bouwen waarmee hij efficiënt transmediale verhalen kan produceren en distribueren.

In het project Vlaanderen in Beeld, dat verder bouwt op de onderzoeksresultaten van het project BOM-Vlaanderen, wordt een experimenteel ontwerpplatform opgezet voor de distributie van en de toegang tot archiefbeelden van de Vlaamse omroepen. Het doel is om hiermee het pad te effenen voor een Vlaams Audiovisueel Archief.

Het project SMIF beoogt om een gemeenschappelijk platform en services voor mediabedrijven en uitgeverijen op te bouwen om zo nieuwe businessmodellen voor deze Vlaamse mediaspelers mogelijk te maken.

Daarnaast participeert het VRT-medialab ook in Europese projecten zoals 3DTV (project JEDI) en gestructureerde metadataformaten voor archiefsystemen (project Mediamap).

In het project MediaSquare werkt het VRT-medialab aan een sociaalnetwerkplatform voor media in Vlaanderen door zogenaamde tweedeschermtoeepassingen aan te bieden die een meerwaarde toevoegen aan de traditionele lineaire media-ervaring.

In het daarmee gekoppelde project MediaCRM wordt door analyse van het consumptiepatroon van mediaklanten gestreefd naar een aanbod dat meer op hun maat gesneden is. De verzamelde gegevens bieden bovendien ook nieuwe opportuniteiten voor de adverteerder (bijvoorbeeld door gerichte reclame) en programmamakers.

Het team van het VRT-medialab gaf drie technische seminars en schreef wetenschappelijke artikels, die gepresenteerd werden op toonaangevende nationale en internationale conferenties (Belgian Broadcast Days, IBC, EBU).

Ten slotte participeerde het VRT-medialab ook actief in verschillende EBU expert communities en werkgroepen, meer specifiek rond metadata (ECM), geïntegreerde productie (ECI), video (ECV) en platformen & services (ECP).

## KWALITEITSBELEID

Inspelen op de politieke, sociale en culturele noden van de samenleving en het realiseren van kwaliteit vormen de grondslag van een publieke omroep. De VRT ontwikkelde in 2009 de waarderingsmonitor voor het meten van relevantie, efficiëntie en maatschappelijke impact.  
[link naar waarderingsmonitor]

Het model van de VRT maakt een onderscheid tussen verschillende soorten kwaliteit.

**Functionele kwaliteit** is de mate waarin het aanbod tegemoetkomt aan de wensen van de mediagebruiker: Hoeveel mediagebruikers worden bereikt? Hoe tevreden zijn ze over de programma's, de netten en de VRT als geheel?

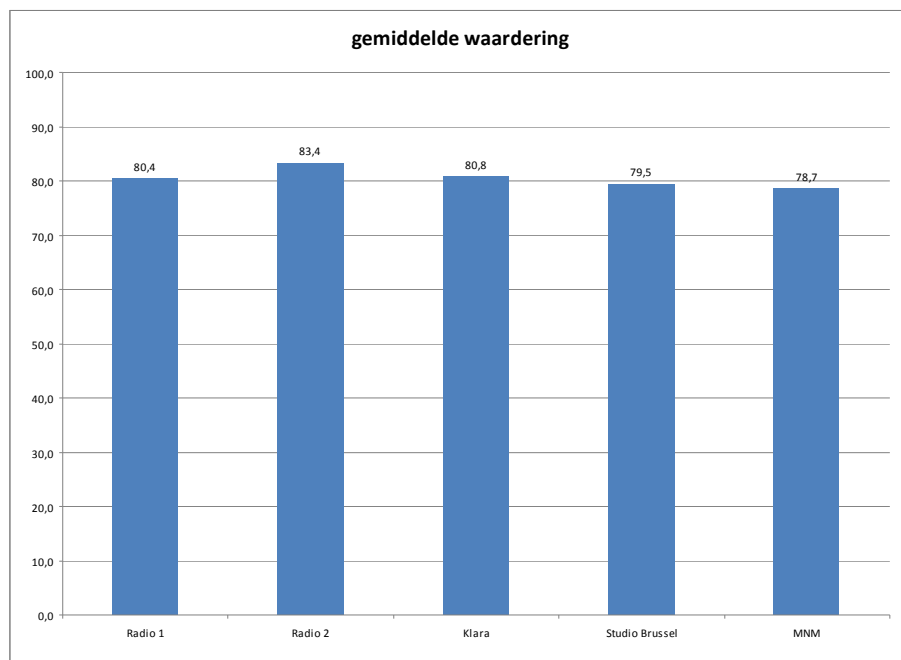
**Publieke en ethische kwaliteit** is de mate waarin het VRT-aanbod voldoet aan de noden van de maatschappij. Daarbij worden gemeten (a) de aandacht voor de openbare omroepdomeinen en (b) de maatschappelijke rol en impact van de VRT aan de hand van vijf parameters (diversiteit, innovatie, informatief, maatschappelijke impact en kwaliteit). Deze parameters worden concreet ingevuld op basis van de perceptie van de mediagebruiker. Daarnaast worden deze variabelen ook gemeten aan de hand van inhoudelijke programma-analyses, de inventarisatie van het gebruik van nieuwe technologieën, de publieke opkomst bij VRT-evenementen en de samenwerking met partners.

**Operationele kwaliteit** is de mate waarin het aanbod op een (kosten)efficiënte manier tot stand komt. De resultaten uit de waarderingsmonitor bepalen samen met de resultaten uit ander kijk-, luister- en imago-onderzoek de functionele, publieke en ethische kwaliteit van de openbare omroep.

### *Functionele kwaliteit*

#### Waarderings- en tevredenheidsonderzoek naar omroep, medium, net en programma

Uit de resultaten van de waarderingsmonitor blijkt Radio 2 de hoogste waardering te halen bij zijn luisteraars (83,4 op 100). Radio 2 is daarmee niet alleen het grootste VRT-net in bereik, maar ook in waardering. Radio 1 en Klara halen scores tussen 80 en 81. Studio Brussel krijgt 79,5 en MNM 78,7 op 100 van zijn luisteraars.



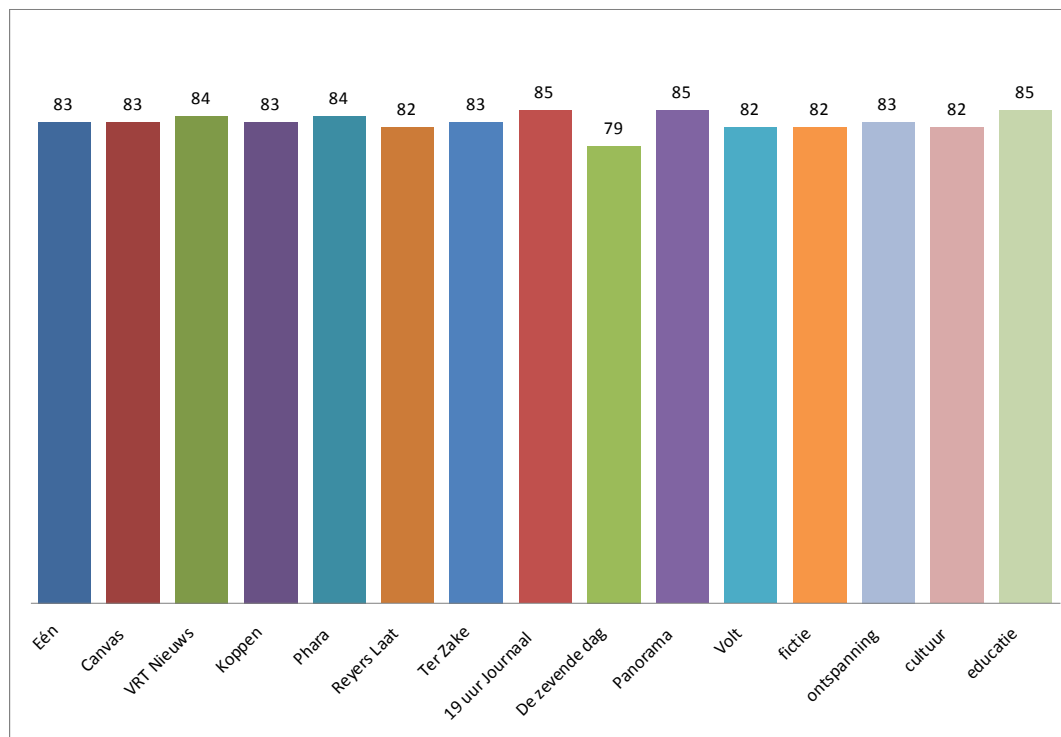
In de top 20 van de hoogst gewaardeerde VRT-programma's vinden we zowel reguliere programma's als speciale evenementen of uitzendingen. *De Préhistorie* op Radio 2 en *Duyster* op Studio Brussel halen de hoogste waardering op regulier programmaniveau (89). In de top 20 van de hoogst gewaardeerde programma's vinden we zes speciale evenementen. De *1000 klassiekers*, de *Geert Hoste special* en *Schatten van de raadkamer* op Radio 2, *De 5 grootste componisten aller tijden* op Klara, en *Music for life* samen met de *Sinner's weekend special* van *Was het nu 80, 90 of 2000* op Studio Brussel.

	<b>algemene waardering</b>	
1	Radio 2 : De Pré Historie	<b>84,90</b>
2	Studio Brussel : Duyster	<b>89,13</b>
3	Radio 2 : 1000 Klassiekers	<b>88,78</b>
4	Klara : Rondas	<b>88,47</b>
5	Klara : De vijf grootste componisten aller tijden	<b>87,67</b>
6	Radio 2 : Vragen staat Vrij	<b>87,56</b>
7	Radio 1 : Classics	<b>87,24</b>
8	Studio Brussel : Music For Life	<b>87,18</b>
9	Radio 2 : Schatten van De Raadkamer	<b>86,87</b>
10	Studio Brussel : Sofie Staat Op!	<b>86,83</b>
11	Radio 1 : Friedl'	<b>86,82</b>
12	Klara : Trio	<b>86,76</b>
13	Studio Brussel : One Night Stand	<b>86,58</b>
14	Studio Brussel : Was het nu 80, 90 of 2000 special	<b>86,56</b>
15	Radio 2 : Geert Hoste	<b>86,47</b>
16	Klara : Zot van Elsschot	<b>86,36</b>
17	Radio 2 : De Topcollectie	<b>86,33</b>
18	Radio 2 : Inspecteur Decaluwé	<b>86,15</b>
19	Radio 2 : Avondpost zaterdag	<b>85,97</b>
20	Studio Brussel : De Wereld Van Sofie	<b>85,62</b>

De VRT deelt, net als andere openbare omroepen, haar tv-aanbod in categorieën in volgens de ESCORTmethode<sup>43</sup> (een methode van de EBU om tv-programma's in te delen in genres). De best gewaardeerde Eén-programma's (uitgedrukt in een puntenschaal op 100) waren de tennisfinale in Brisbane tussen Clijsters en Henin (91), een aflevering van *De slimste mens ter wereld* (90), een aflevering van *De aarde vanuit de hemel* (90), een aflevering van *In godsnaam* (90), een aflevering van *Vorbij de grens* (90), een aflevering van *Allo, allo* (90), de film *Pauline & Paulette* (89), een aflevering van *Vrolijk Vlaanderen* (89), rit 1 van Rotterdam naar Brussel uit de *Ronde van Frankrijk* (89) en een aflevering van het *1 uurjournaal* (89).

De hoogste waarderingen voor Canvasprogramma's werden gehaald (uitgedrukt in een puntenschaal op 100) voor een aflevering van *Life-primates* (94), afleveringen van *The killing* (91), de *Koningin Elisabethwedstrijd* (91), *Apocalyps, de Tweede Wereldoorlog* (91) en *Earth, the power of the planet* (91) een aflevering van *Ray Mears' Northern Wildernes* (90), de tennisfinale tussen Clijsters en Williams (90), een aflevering van *Band of Brothers* (90), een aflevering van *Congo, een volk in oorlog* (90) en een aflevering van *Fawltly Towers* (90).

De waardering van de tv-programma's, zenders en programmagenres (uitgedrukt in percentages)



### De waarderingsmonitor

Sinds oktober 2009 verzamelt de VRT waarderingscijfers over haar programma's en over die van de andere Vlaamse zenders. Een uitgebreid panel - gemiddeld 4.000 individuen van 14 jaar en ouder uit alle lagen van de Vlaamse bevolking - geeft dagelijks aan wat het goed en minder goed vindt aan het Vlaamse media-aanbod. De panelleden kunnen dagelijks op internet een televisievragenlijst invullen, maandelijks een radiovragenlijst en een keer per trimester een vragenlijst over het webaanbod. De waarderingsmonitor meet de relevantie en de efficiëntie van de openbare omroep. Met de monitor wordt gevraagd naar de mate van waardering, aanbeveling en aandacht voor een bepaald programma. Daarnaast wordt er ook gepeild naar een aantal dimensies (betrouwbaarheid, kwaliteit, innovatie, diversiteit en maatschappelijke impact) en is er ruimte voor open vragen over de programma's.

Het systeem heeft vele voordelen:

- Meerdere media worden onderzocht (televisie, radio en online)
- Meer programma's worden bevroegd en dus gewaardeerd
- Ook het aanbod van andere mediabedrijven wordt gemeten zodat beter ingeschat kan worden of een programma/website kwaliteitsvol is
- De resultaten leveren meer informatie op doordat meer kwaliteitsdimensies worden bevroegd
- Het is mogelijk om extra vragen toe te voegen over het aanbod van een specifieke uitzending
- De programmamakers krijgen op een snelle manier feedback over hun programma. Na afloop van een reeks kan een uitgebreidere analyse worden gemaakt over het programma.

De resultaten uit de waarderingsmonitor vormen sinds de lancering een essentieel onderdeel van elke programma-evaluatie, zowel voor radio als televisie. De individuele programmascores worden vergeleken met andere programma's, zender- en of genregemiddelden. Ook op zenderniveau worden de geaggregeerde scores van de verschillende kwaliteitsdimensies onderling vergeleken en opgevolgd. Zowel de waarderingscores als de open antwoorden geven vaak een zeer rake en nuttige insteek die programmamakers kunnen gebruiken om de programma's indien nodig bij te sturen.

## Prijzen en nominaties

*Gouden flip* van de Jommekeskrant (het Nieuwsblad) in de categorie *beste presentator* voor Peter Van De Veire (Één)

*Gouden flip* van de Jommekeskrant (het Nieuwsblad) in de categorie *beste zanger* voor Niels Destadsbader (Ketnet)

*De Vlaamse Televisiester* voor *beste acteur* voor Koen De Graeve in *Van Vlees en Bloed* (Één)

*De Vlaamse Televisiester* voor *beste humor- & comedyprogramma* voor *Zonde van de zendtijd* (Canvas)

*De Vlaamse Televisiester* voor *beste entertainmentprogramma* voor *De Slimste Mens ter Wereld* (Één)

*De Vlaamse Televisiester* voor *beste nieuwsprogramma* voor *Het Journaal* (Één)

*De Vlaamse Televisiester Lifetime Achievement Award* voor Paula Semer

*De Vlaamse Televisiester* voor *beste fictieprogramma* voor *Van Vlees en Bloed* (Één)

*De Vlaamse Televisiester* voor *beste presentator* voor Erik Van Looy in *De Slimste Mens ter Wereld* (Één)

*De Vlaamse Televisiester* voor *beste presentatrice* voor Phara De Aguirre (Canvas)

*De Vlaamse Televisiester* voor *rijzende televisiester* voor Philippe Geubels in *Comedy Casino* en *Mag ik u kussen* (Canvas)

*De Vlaamse Televisiester* voor *beste informatief programma* voor *Belpop* (Canvas)

*De Vlaamse Televisiester* voor *beste actrice* voor Sien Eggers in *Van Vlees en Bloed* (Één)

*De Vlaamse Televisiester* voor *beste tv-programma* voor *Van Vlees en Bloed* (Één)

*Humo's Pop Poll de Luxe* in de categorie *beste actrice nationaal* voor Sien Eggers in *Van Vlees en Bloed* (Één)

*Humo's Pop Poll de Luxe* in de categorie *beste acteur nationaal* voor Koen De Graeve in *Van Vlees en Bloed* (Één)

*Humo's Pop Poll de Luxe* in de categorie *bekwaamste radiofiguur* voor Tomas De Soete (Studio Brussel)

*Humo's Pop Poll de Luxe* in de categorie *beste radioprogramma* voor *Music for life* (Studio Brussel)

*Humo's Pop Poll de Luxe* in de categorie *beste radiostation* voor Studio Brussel

*Humo's Pop Poll de Luxe* in de categorie *bekwaamste Vlaamse tv-figuur* voor Erik Van Looy (Één)

*Humo's Pop Poll de Luxe* in de categorie *beste tv-programma Vlaamse zenders* voor *Van Vlees en Bloed* (Één)

*Humo's Pop Poll de Luxe* in de categorie *beste tv-station* voor Canvas

*Eurovision Proud-to-present* in de categorie *Children & Youth Programmes* voor *Circus* (Ketnet)

*Best European Spiritual Film* voor *Puur Persoonlijk: zondag gaat het gebeuren* (Canvas) op het European Spiritual Film Festival

*Grand Award* voor *Low Impact Man* (Canvas) op het World Media Festival in de categorie Entertainment

*Gouden medaille* voor *Low Impact Man* (Canvas) op het World Media Festival in de categorie Entertainment/Reality

*Zilveren medaille* voor *Tomteterom* (Één) op het World Media Festival in de categorie Entertainment/Reality

*Zilveren medaille* voor *Mag ik u kussen* (Canvas) op het World Media Festival in de categorie Entertainment/Situation Comedy

*Special Jury Remi Award* voor *De Smaak van De Keyser* (Één) op het Houston Independent International Film Festival in de categorie TV Series – Dramatic

*Gouden medaille* voor *Villa Vanthilt* (Één) in de categorie Best Set Design op de Promax/BDA Europe Awards:

*De Dexia persprijs* in de categorie *radiopers* voor Björn Soenens, *de Amerikawatcher* in De Ochtend (Radio 1)

*De Dexia persprijs* in de categorie *televisiepers* voor Peter Brems en Wim van den Eynde voor hun Panorama-reportage *Bloedantiek* (Canvas)

*Dutch Promo Award* in de categorie *campagne* voor *De Ketnet Shake*

*Dutch Promo Award* in de categorie *show/spel* voor *De Canvascrack*

*Banff World Television Award* in de categorie *Mini-Series* voor *Van Vlees en Bloed* (Één)

*Gouden Effie Award* in de categorie *Public Services Media* voor de campagne *Music makes the people come together* van Studio Brussel

Canvascollectie op één na beste *EBU format* op het Eurovision Creative Forum:  
*De Vlaamse Entertainment Award in de categorie beste tv-programma* voor *Van Vlees en Bloed* (Één)  
*De Vlaamse Entertainment Award in de categorie beste acteur* voor Koen De Graeve in *Van Vlees en Bloed* (Één)  
*Persprijs Jacques Van Veen* voor de Panorama-reportage *Prison Complet* (Canvas)  
*AIB Media Excellence Award in de categorie Best creative feature (TV)* voor de reclametest uit *Volt* (Één)  
*AIB Media Excellence Award in de categorie Best investigative documentary (TV)* voor de Panorama-reprotage *Bloedantiek* (Canvas)  
*Ha! van Humo* voor *De School van Lukaku* (Één)  
Clickx verkoos sporza.be als *site van het jaar* in de categorie *sport*  
Clickx verkoos canvas.be als *site van het jaar* in de categorie *televisie*

Peter Claes (VRT) werd verkozen tot *Advertiser Personality van het jaar*  
Het *VRT-project leerstoelen* werd verkozen tot laureaat van *Learning & Development Achievement of the Year* van Stimul-Learning in de categorie *Project Achievement*  
De Vlaamse Federatie van Beschutte Werkplaatsen benoemt de VRT tot *ambassadeur van de beschutte werkplaatsen*  
Het interne *Kyotoplan* van de VRT krijgt de *Institution Sustainable Development Award*  
Steven Vromman in *Low Impact Man* (Canvas) krijgt de *Ecoburgerprijs*  
De VRT is door Randstad tot vijfde meest aantrekkelijke werkgever verkozen  
*Tweede plaats* voor het VRT-project *Cross-functional team of Purchasing Business Partners* op de *Supply Chain Awards*

### **Klantenrelaties**

De klantendienst is erin geslaagd om het aantal klantcontacten met 30% te verminderen, terwijl de klantenservice sterk is toegenomen. De VRT voert een proactief beleid in de vorm van veelgestelde vragen en antwoorden die in een gestructureerde kennisbank zijn ondergebracht op de websites. Een eenvormige kennisbank met ruim 1.200 vragen en antwoorden werd geïmplementeerd op 13 websites en wordt permanent geactualiseerd. Hiermee bereikt de openbare omroep een groot publiek met netoverschrijdende informatie over de hele omroep. Deze service resulteerde in minder klantcontacten in de vorm van e-mails en een grotere klanttevredenheid.

Via het webcontactstelsel kan de mediagebruiker met een webformulier rechtstreeks bij 40 verschillende afdelingen van de VRT terecht kan.

Wanneer er zich problemen voordoen, wordt dit meteen gecommuniceerd op alle websites. Deze transparante houding heeft ervoor gezorgd dat het aantal klachten met 8% is verminderd.

Klachten worden bij de VRT behandeld volgens het klachtendecreet, waarnaar ook op alle websites wordt verwezen. De meeste klachten gingen over:

- Het niet respecteren van de geplande uitzendingen;
- Ontvangstproblemen die hoofdzakelijk het gevolg waren van geplande werkzaamheden door de beheerder van het zenderpark;
- Het onderbreken van de VRT-radiospeler;
- De geluidsbalans van bepaalde programma's en het volumeverschil tussen de verschillende programma's;
- De nazorg van wedstrijden;
- Programmagerelateerde onderwerpen zoals taalfouten, uitspraken van schermgezichten en radiostemmen, streamingproblemen op de websites;
- Neutraliteit en objectiviteit.

Om de eerstelijnscommunicatie met de mediagebruiker te verbeteren, zijn de voorbereidingen gestart om de dienst telefonie van de VRT te integreren in de klantendienst.

De interne audit van de Vlaamse Administratie (IAVA) beschouwt het klachtenbeheerproces van de VRT en het daarbij horende informatiesysteem als een goed voorbeeld voor de andere Vlaamse instellingen.



## Onderhouden van de publieksband en afstemmen zendschema's op de mediagebruiker

De VRT hield tijdens het voorbije jaar ook de vinger aan de pols bij de Vlaamse mediagebruikers. Dat deed ze op verschillende manieren. Zo stond de klantendienstmodule bij de VRT continu klaar om eventuele klachten en opmerkingen van mediagebruikers eerstelijns te beantwoorden.

Maar daarnaast heeft de VRT ook de traditie van doorgedreven publieksonderzoek voortgezet. Dat gebeurde door kwalitatief onderzoek naar de noden en de meningen van het publiek. Resultaten werden meegenomen in de opbouw van programmaschema's, de uitwerking van programma's, maar ook de bijsturing van de verschillende netten. De waarderingsmonitor werd dagelijks gebruikt om programma's en netten te evalueren.

Ook was er de diversiteitsmonitor waarin specifiek nagegaan werd hoe de VRT de diverse Vlaamse samenleving concreet aan bod laat komen op haar verschillende zenders. In 2011 worden naar aanleiding van deze monitor streefcijfers per net vastgelegd en de aanzet gegeven tot concrete actieplannen. Ook Ketnet voerde kwantitatief en kwalitatief onderzoek uit, om op te volgen welke rol verschillende mediatoepassingen spelen in het leven van kinderen.

## Het VRT-aanbod vertrekt vanuit de behoeften van de mediagebruikers

### Netwaarden

De netwaarden van alle radio- en tv-netten werden in de loop van 2010 vernieuwd.

#### Radio 1

**Missie:** Radio 1 is een open informatienet dat gedreven wordt door wat er in de wereld gebeurt en dat mensen inspireert in hun denken en voelen.

**Waarden:** openheid, impact, betrouwbaarheid, inzicht, ontdekking, alertheid

**Netpersoonlijkheid:** receptief, onbevooroordeeld en toegankelijk, invloedrijk, objectief, geloofwaardig, kritisch, deskundig, matuur, nieuwsgierig, gretig, ad rem, vinnig, altijd klaar

#### Radio 2

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

**Waarden:** vertrouwen, verbondenheid, openheid, relevantie, empathie

**Netpersoonlijkheid:** geloofwaardig, eerlijk, sociaal, betrokken, warm, gastvrij, van bij ons, nieuwsgierig, onbevooroordeeld, toegankelijk, interessant, praktisch, meelevend, innemend

#### Klara

**Missie:** Klara creëert een slowzone waar plaats is voor de essentie en waar je kunt genieten van de schoonheid in klassieke muziek.

**Waarden:** schoonheid, genot, inzicht, slowness

**Netpersoonlijkheid:** verleidelijk, emotioneel, stijlvol, verfijnd, onthecht, prikkelend, geloofwaardig, met kennis van zaken, verdiepend, duurzaam, onthaast, rustgevend

#### Studio Brussel

**Missie:** Studio Brussel stimuleert een actieve muziekbeleving als motor van een avontuurlijke en eigenzinnige kijk op de wereld.

**Waarden:** avontuur, openheid, engagement, originaliteit

**Netpersoonlijkheid:** gedurfd, met lef, vrij, open minded, zelfrelativerend, aanstekelijk, betrokken, deskundig, echt, vernieuwend, geestig, creatief

#### MNM

**Missie:** MNM is een ontspannende hitradio die de jonge luisteraar en zijn leefwereld centraal stelt, en van daaruit een relevant informatief aanbod brengt.

MNM is een aanstekelijk platform dat het uitwisselen van ervaringen faciliteert en engagement stimuleert.

**Waarden:** optimisme, groepsgevoel, engagement, openheid, inspiratie, authenticiteit

**Netpersoonlijkheid:** enthousiast, positief, grappig en een tikkeltje ondeugend, betrokken, gedreven, solidair, meelevend, toegankelijk, onbevooroordeeld, aanstekelijk, echt, spontaan

## **Ketnet**

**Missie:** Ketnet gelooft in de kracht van kinderen en wil hen laten opgroeien tot leuke volwassenen door samen met hen de wereld ontdekken en hen een multimediale beleving aan te reiken op hun maat.

**Waarden:** zelfontplooiing, respect, veiligheid, samenhang, optimisme en daadkracht

**Netpersoonlijkheid:** nieuwsgierig, optimistisch, hartelijk, oprecht, dynamisch, inspirerend.

## **Eén**

**Missie:** Eén is het grootste “plein” van Vlaanderen waar iedereen welkom is om verhalen en emoties te delen: waar mensen kunnen samenkomen om te lachen en te huilen, te praten en te luisteren en waar ze gewoon zichzelf kunnen zijn.

**Waarden:** herkenbaarheid, blikverruiming, respect, authenticiteit, optimisme, passie

**Netpersoonlijkheid:** hartelijk, boeiend, empathisch, echt, positief, gedreven

## **Canvas**

**Missie:** Canvas biedt de mogelijkheid aan de kijker om aansluiting te blijven vinden bij de steeds complexer wordende wereld en doet dat aan de hand van informatie, analyse en een gezonde dosis relativering

**Waarden:** Impact, geloofwaardig, exploratie, alert, uitdagend, geestig, inventief, gretig

**Netpersoonlijkheid:** ondernemend, competent, onderzoekend, wakker, kritisch, geestig, origineel, nieuwsgierig

## **Innovatietrajecten**

m.deredactie.be werd gelanceerd, een gebruiksvriendelijke mobiele versie van deredactie.be.

Met de *Pretshow* zorgde Ketnet voor een innoverend programma met aandacht voor geschiedenis. Via het bijbehorende webplatform kregen kinderen geschiedenisweetjes op een aantrekkelijke en vernieuwende manier aangereikt.

De website van Ketnet kreeg een aparte videozone.

Eén zette verder stappen op communityplatformen als Youtube, Facebook en Twitter. Er werd ook geëxperimenteerd met twitteren rond *De allerslimste mens*.

Het *Zepposfestival* was een nieuw initiatief om de communicatie tussen netmanagement en programmamakers te optimaliseren en om de creativiteit onder programmamakers aan te wakkeren. Het initiatief leeft verder als een blog onder de noemer *Zeppos inspireert, innoveert, creëert*. Het is de bedoeling om kennis uit te wisselen en creatieve inspiratie op te doen.

Eind november organiseerde de radio een grote inspirerende radiodag, *Wild Radio Day*, meteen ook de start van de kwaliteitstrajecten bij alle radionetten. Het was ook de start van het *Wild Radio lab*, een netoverschrijdend radio-initiatief dat creativiteit wil stimuleren via de Wild Radio-blog en netoverschrijdende brainstormen. Er is voor 2011 een vervolgetraject uitgestippeld.

Het Radio 1-programma *Peeters & Pichal* kreeg veel weerklank voor *Neem's op*, een actie voor meer klantvriendelijkheid bij grote bedrijven, die uitmondde in het ondertekenen van een intentieverklaring.

Radio 2 trok ruim tijd uit voor een inhoudelijk kwaliteitstraject over de diverse programmaredacties heen. Tegelijk had het kwaliteitstraject de bedoeling om de integratie van de verschillende nationale en regionale redacties te vergroten.

Voor het regionale magazine *Middagpost* werd een nieuw format ontwikkeld, waarbij de presentator de luisteraar meeneemt op ontdekkingsstocht in de eigen provincie.

## **Trendwatching**

De behoeften van de mediagebruikers vormen het uitgangspunt van het VRT-aanbod. Die kent de VRT door kwantitatief en kwalitatief onderzoek bij de mediagebruiker. Het is belangrijk dat de omroep ook de media- en maatschappelijke trends kent. De trends worden verkregen via trendrapporten en -barometers van internationale trendwatchers.

Enkele gespecialiseerde nieuwsbrieven over de nieuwste tv-formats werden onder de medewerkers verspreid. Voor programmamakers waren er infosessies over de trends in tv-formats.

## **Taalgebruik**

Taalzorg heeft bij de VRT een lange traditie. Als een van de enige omroepen in Europa heeft de VRT een taaladviseur in dienst die het taalbeleid uitzet en taaladvies geeft. De omroep wil ook een centrale rol spelen in het taaldebat in het Nederlandse taalgebied.

VRTtaal.net blijft de taaladviesbank van Vlaanderen. In het najaar is de vernieuwing van de website opgestart. Het aantal pagina's taal informatie steeg tot bijna 24.800. De Taalmail ging naar ongeveer 2.300 medewerkers en ruim 21.000 geïnteresseerden buiten de omroep. De taaladviseur behandelde ruim 3.500 vragen en reacties van VRT-medewerkers en mediagebruikers.

De VRT heeft, samen met de Nederlandse Taalunie, voor de derde keer een *Taaldag* georganiseerd. Het centrale thema was het verband tussen taal, cultuur en humor. Net als vorig jaar hebben diverse organisaties hun naam en activiteiten aan de VRT-taaldag verbonden: de Visser-Neerlandiaprijs werd er overhandigd aan het Genootschap Onze Taal, voor de tweede keer werd de Wablieft-prijs er uitgereikt.

Voor het eerst hebben de VRT en Van Dale Uitgevers samen de verkiezing van het Vlaamse Woord van het Jaar gehouden. Alle radionetten, tv-netten en websites hebben elk op hun manier aandacht aan de verkiezing geschonken en het publiek ertoe opgeroepen woorden te nomineren en te stemmen.

De VRT heeft een nieuw ondertitelingsbeleid voor Nederlandstalige programma's aangenomen. Open ondertiteling wordt alleen nog toegepast bij dialect en geringe verstaanbaarheid. Locale accenten worden voortaan uitsluitend via teletekst ondertiteld, dus ook Nederlandse fictie. Daarmee komt de VRT tegemoet aan haar kijkers, die zelf willen bepalen of ze ondertitels nodig hebben.

## **Publieke kwaliteit**

Het aanbod van de openbare omroep moet inspelen op de behoeften van de samenleving, vertaald in de openbare opdracht. De mate waarin de VRT daarin slaagt, bepaalt de publieke meerwaarde van de omroep.

### **Evaluatie van de invulling van de openbare omroepdomeinen**

De directie Media is verantwoordelijk voor de programma's en de programmering van de netten. De hoofdredacteuren van VRT Nieuws zijn verantwoordelijk voor de nieuws- en informatieprogramma's.

### **De opvolging van de missie en de waarden door een permanente waarde- en innovatiemeter**

De missie en de waarden staan centraal bij het aanbod van de omroep.

In 2009 startte de VRT met een waarderingsmonitor. Deze monitor is ook een waarde- en innovatiemeter voor de programma's en de netten.

[link naar waarderingsmonitor]

### **Universaliteit en complementariteit**

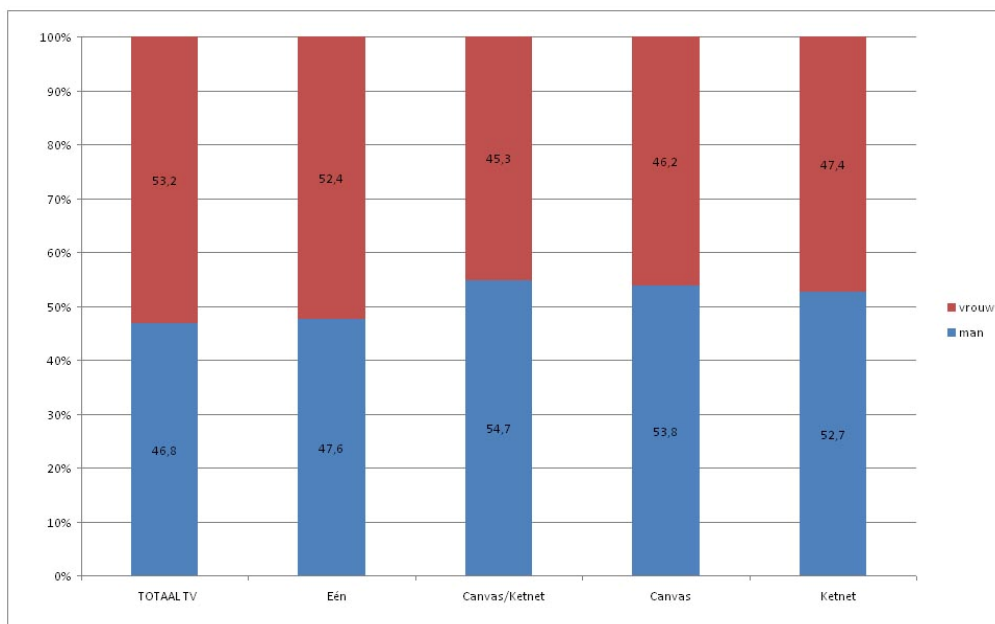
De VRT heeft de opdracht met haar aanbod in te spelen op de mediabehoefte van zo veel mogelijk Vlamingen. Dankzij het diversifiëren van haar aanbod slaagt de VRT erin om alle Vlamingen, ongeacht hun leeftijd, geslacht of sociale groep, te bereiken. De bevolkingsgroepen die elk net bereikt, vallen nauw samen met de bevolkingsgroepen die elk net wenst te bereiken.

Canvas/Ketnet bereikt alle bevolkingsgroepen. De hoogste sociale groepen kijken wel relatief vaker naar Canvas/Ketnet (30,9% ten opzichte van 20,7% voor het totaal van de Vlaamse tv-zenders). Het kijkerspubliek van Eén sluit nauw aan bij een dwarsdoorsnede van het profiel van de bevolking. De

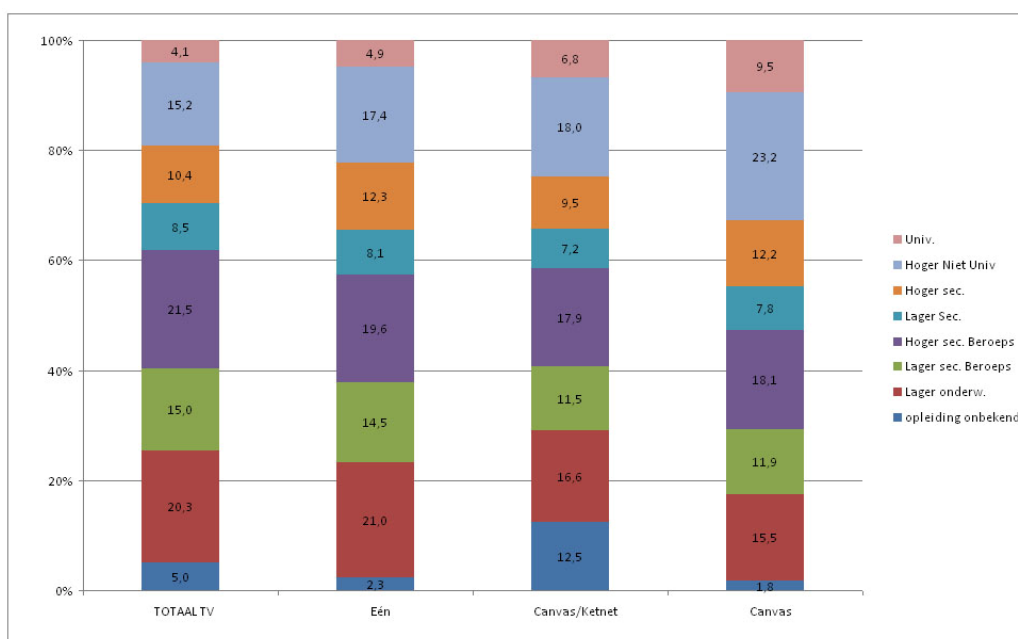
ouderen kijken wel relatief vaker naar Eén dan naar de andere Vlaamse tv-zenders. Ketnet richt zich tot de min-12-jarigen. Dat blijkt ook uit de profieldoorsnede van het net.

Radio 1, Radio 2, Klara, Studio Brussel en MNM bereiken samen de hele samenleving in al haar sociodemografische facetten. Dat blijkt uit de jaarlijkse complementariteitsanalyse van de VRT-Studiedienst. De netten hebben wel hun eigen netprofiel qua geslacht, leeftijd, beroep en opleiding. Die profielen vullen elkaar aan. De VRT vindt het belangrijk dat alle bevolkingsgroepen zich kunnen terugvinden in het totale VRT-radioaanbod. De openbare omroep is immers de omroep van en voor alle Vlamingen.

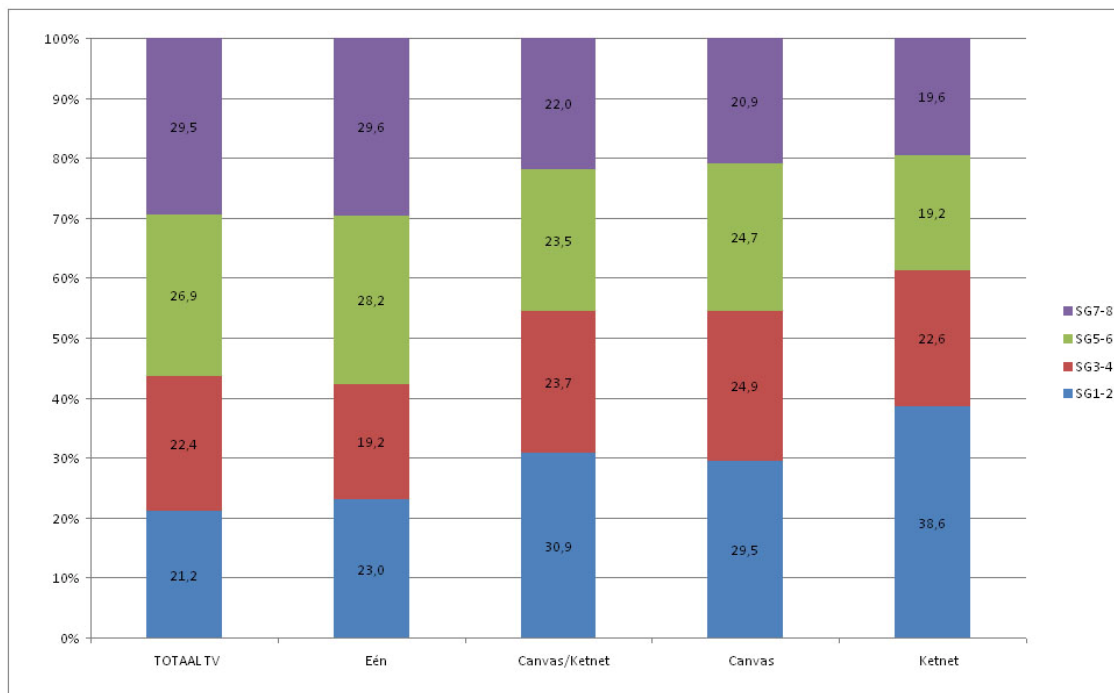
### Profiel van de VRT-netten volgens geslacht



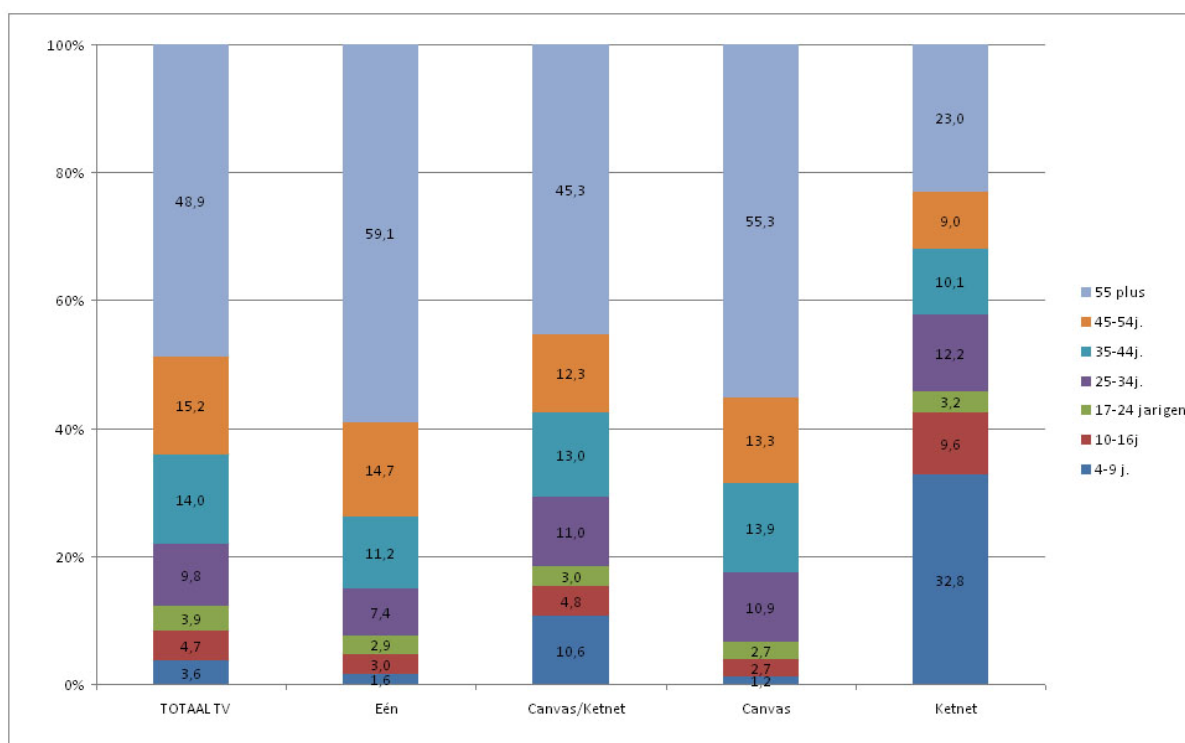
### Profiel van de VRT-netten volgens opleidingsniveau



## Profiel van de VRT-netten volgens sociale groep



## Profiel van de VRT-netten volgens leeftijd



## **Ethische kwaliteit**

De VRT-media zorgen ervoor dat ze niet discrimineren en de fundamentele rechten en vrijheden van de mens niet schaden. De nieuwsdienst werkt onafhankelijk en onpartijdig. De deontologische code en het programmacharter vormen het deontologisch kader voor de medewerkers.

### **Diversiteitsbeleid**

De diversiteit in de Vlaamse samenleving moet weerspiegeld zijn in de programma's en in het personeelsbeleid van de VRT.

De resultaten van het derde monitoronderzoek diversiteit, waarbij programmamakers zelf hun programma's kwantitatief en kwalitatief evalueren op diversiteit werden intern aan de programmaverantwoordelijken voorgesteld. Als gevolg hiervan heeft de directie streefcijfers bepaald voor de verschillende televisienetten en wordt er momenteel gewerkt aan concrete actieplannen rond beeldvorming.

Om de programmamakers te informeren over diverse beeldvorming heeft de cel diversiteit een aantal workshops voor programmamedewerkers en journalisten georganiseerd rond interculturaliteit en intercultureel communiceren.

Er was in het aanbod van de VRT opnieuw extra aandacht voor slechthorenden en slechtzienden.

- Ter gelegenheid van de Werelddovendag konden de luisteraars en kijkers op verschillende momenten en via verschillende platformen kennis maken met Vlaamse doven en de Vlaamse gebarentaal. Zo werden op 24 september de programma's van Eén aangekondigd in de Vlaamse gebarentaal. Ketnet zond een portret uit van twee dove jongens in een klas met horende leerlingen, Radio 2 West -Vlaanderen bracht in Avondpost een portret van twee dove voetballers. Het Vlaamse Gebarentaalaanbod op kaatje.be werd opnieuw in de kijker gezet.

- De cel Diversiteit werkte mee aan een proef met audiodescriptie. Een aflevering van Witse werd bewerkt en uitgetest op een panel van ervaringsdeskundigen.

- Ketnet zendt elk jaar de intrede van Sinterklaas uitgesteld uit met een tolk in gebarentaal. Voor dove en slechthorende kinderen die Vlaamse Gebarentaal kennen, werd er dit jaar op de Grote Markt het hele gebeuren getolkt.

Eind 2010 liep voor de tweede keer een vrijwillige en anonieme bevraging van de personeelsleden naar arbeidshandicap en/of origine. 1327 personeelsleden (47,4%) vulden de vragenlijst in. Er registreerden zich 30 personeelsleden met een allochtone herkomst en 17 personeelsleden gaven aan een arbeidshandicap te hebben.

Voor de achtste keer organiseerde de VRT een stageproject voor mediatalent uit de kansengroepen. Een persoon met een arbeidshandicap en vijf personen van allochtone origine konden gedurende zes maanden professionele ervaring opdoen als redacteur of cameraman.

De cel Diversiteit tracht vooral scholieren uit de kansengroepen te motiveren voor het volgen van een mediagerichte opleiding. Zo organiseerde de cel diversiteit opnieuw eind mei een snuffelnamiddag voor scholieren bij MNM en Studio Brussel. Op een interactieve en speelse manier kregen een 15-tal allochtone leerlingen een zicht op de wereld van het radio maken.

De cel Diversiteit werkte samen met mediarte.be en de hogescholen met mediaopleidingen een brede sensibiliseringsactie uit voor laatstejaars secundair onderwijs die vanaf januari 2011 zal lopen.

Verder werden in het kader van het programma *De overname* diverse workshops (o.a. introductiewerkshops, radioworkshops, workshops reportagemaken, radiopresentatie, televisiepresentatie...) georganiseerd voor allochtone jongeren.

De cel Diversiteit bemiddelde actief om stageplaatsen te zoeken voor dove studenten in een audiovisuele omgeving.

Naar aanleiding van de Internationale Vrouwendag nodigde de cel Diversiteit het onderzoeksbureau Fé uit voor een toelichting over hun onderzoek naar de vrouw anno 2009.

De cel diversiteit bleef verder intensief netwerken met de buitenlandse publieke omroepen en met binnen en buitenlandse organisaties actief op het vlak van diversiteit.

### **Onpartijdig en waarheidsgetrouw**

De VRT maakt een onderscheid wat betreft deontologie tussen de programma's van de nieuwsdienst en de andere programma's. Relevante klachten worden aangepakt aan de hand van een procedure zoals bepaald in de deontologische code (voor nieuwsprogramma's) of in het programmacharter (voor alle andere programma's). De programma's van de nieuwsdienst van de VRT vallen onder de verantwoordelijkheid van één van de hoofdredacteurs. Alle andere programma's vallen in principe onder de verantwoordelijkheid van de betrokken netmanager televisie of radio.

### **Nieuwsprogramma's**

De deontologische adviesraad heeft enkele belangrijke campagnes gevoerd op de redactie. De eerste betrof de meer kritische omgang met zogenaamd wetenschappelijk onderzoek.

De deontologische adviesraad heeft intensief samengewerkt met de Raad voor de Journalistiek bij het uitwerken van nieuwe regels die de Raad heeft afgekondigd in verband met het identificeren van verdachten en slachtoffers in een gerechtelijke context.

Zowel voor wetenschappelijk onderzoek als voor identificatie in een gerechtelijke context werden handelingsschema's uitgewerkt en verspreid op de redactie.

Een aantal leden van de deontologische adviesraad hebben ook intensief meegewerkt aan de nieuwe code van de Raad voor de Journalistiek die in 2010 werd voorgesteld. De nieuwe code werd ook meteen geïncorporeerd in een nieuwe editie van het deontologisch zakboekje voor de nieuwsdienst. Die nieuwe, uitgebreide editie wordt begin 2011 verdeeld bij alle personeelsleden van de nieuwsdienst.

Bij de Raad voor de Journalistiek werd één gedeeltelijke veroordeling vastgesteld, de belangrijkste onderdelen van de klacht werden ongegrond verklaard. Toch werd als gevolg van de gedeeltelijke veroordeling een extra deontologisch opleidingsmoment georganiseerd voor journalisten die geregeld met verborgen camera werken.

Daarnaast heeft de leiding van de nieuwsdienst lessen getrokken uit enkele incidenten:

Naar aanleiding van de reeks essays van Geert Buelens over de media in De Standaard heeft de hoofdredactie besloten het debat aan te gaan met het publiek via een speciale blog op [www.deredactie.be](http://www.deredactie.be). De bedoeling was daar het beleid en de keuzes van de Nieuwsdienst uit te leggen en een dialoog op gang te brengen met het publiek. Na enkele maanden is het initiatief stopgezet omdat het aantal reacties erg beperkt bleef en van een dialoog niet echt sprake was.

Tijdens het verkiezingsprogramma *Het Groot Debat* is er een publieksincident. Sympathisanten van N-VA en Vlaams Belang nemen plaats op de tribune voor niet-partijgebonden publiek. Dat leidt tot ongebalanceerde reacties tijdens de uitzending. Als gevolg daarvan wordt het beleid voor publiekswerving aangescherpt. Er wordt zelfs overwogen om bepaalde uitzendingen zonder publiek te laten verlopen om de sereniteit te kunnen waarborgen.

Rond de verkiezingen organiseert het productiehuis Woestijnvis een aantal nep-opinieonderzoeken voor het programma *Basta* (Eén). De Nieuwsdienst neemt maar één resultaat in één uitzending over en met de uitdrukkelijke vermelding dat de betrouwbaarheid van het onderzoek niet gecheckt kon worden. Toch is dit de gelegenheid om de medewerkers nog eens te wijzen op de recente richtlijn over hoe de VRT met opiniepeilingen moet omgaan. Het principe 'check and double check' is cruciaal voor betrouwbare berichtgeving.

### **Programmacharter**

De VRT keurde eind 2009 een programmacharter goed. Het charter past in het integriteit- en kwaliteitsbeleid van de omroep en bevat de deontologische richtlijnen voor alle programma's, uitgezonderd de programma's van de nieuwsdienst. Het programmacharter bepaalt de verantwoordelijkheden met betrekking tot deontologie van de programmamakers, hun leidinggevenden en van degenen die beslissen over de uitzendingen. Tegelijk verduidelijkt het hun rechten met betrekking tot onder meer de redactionele onafhankelijkheid.

Het programmacharter geldt voor alle programma's en multimediasdiensten op alle media (radio, tv, internet en mobiele toepassingen), en dat zowel voor interne producties als voor programma's van externe productiehuisen en aankoop.

### **Programmacharterraad (PCR)**

Op 28 oktober werden voor de eerste Programmacharterraad (PCR) 12 leden verkozen. De raad stelt adviezen op rond alle onderwerpen in verband met deontologie en ethiek bij VRT-programma's en multimediasproducties, en behandelt interne en externe klachten in verband met de naleving of toepassing van het programmacharter.

### **Kwaliteitsbeheerder**

De kwaliteitsbeheerder is het aanspreekpunt voor de programmamakers. Hij geeft advies bij vragen over interpretatie, naleving of toepassing van het charter, en helpt programmamakers als ze raad willen over deontologie. Hij stelt ook de agenda van de zittingen van de PCR samen.

### **Aandacht voor slechthorenden en slechtzienden**

De VRT heeft onderzocht in welke mate haar televisieprogramma's op een gebruiksvriendelijke manier toegankelijk gemaakt konden worden voor blinden en slechtzienden. Twee verschillende mogelijkheden werden onderzocht:

- gesproken ondertiteling
- audiobeschrijving (of audiodescriptie).

Voor beide hulpmiddelen werden technische proeven opgezet, en werd ook de financiële en operationele haalbaarheid onderzocht.

**Gesproken ondertiteling** wordt vandaag al aangeboden voor algemene (niet-nieuws)programma's met vertalende ondertiteling. Vertalende ondertitels van anderstalige dialogen, moeilijk begrijpbaar dialect of commentaren worden door een computer met behulp van tekst-naar-spraaksoftware automatisch omgezet naar een gesproken tekst die door de slechtziende beluisterd kan worden. De ondertitelinformatie wordt sinds oktober automatisch ter beschikking gesteld van de twee platformen die in Vlaanderen gesproken ondertiteling aanbieden aan blinden en slechtzienden. Gesproken ondertiteling is operationeel bij alle uitzendingen van de nieuwsdienst behalve in de journaals voor de niet-Nederlandse passages.

**Audiobeschrijving** is vooral geschikt voor kwaliteitsfictie. Dat blijkt uit een studie die de VRT in het kader van de huidige beheersovereenkomst heeft uitgevoerd. De VRT heeft bij wijze van test het beeld van aflevering 5 van reeks 8 van *Witse* beschreven. Deze aflevering werd voorgesteld aan een groep van blinden en slechtzienden. De reacties waren zeer positief. De distributie (uitzending) van dit extra geluidskanaal werd nog niet uitgetest, maar informele gesprekken met de distributeurs wijzen erop dat het technologisch geen probleem zal opleveren.

### **Slechthorenden**

Er werden 5836 uur tv-uitzendingen ondertiteld via T888. Dat is een stijging van bijna 500 uur in vergelijking met 2009. 85% van de Nederlandstalige uitzendingen op beide netten samen was te volgen was met T888-ondertiteling. Het grootste deel van deze stijging is het rechtstreekse gevolg van een uitbreiding van het aanbod via T888 van lopende reeksen die voor 2010 niet via T888 ondertiteld werden: *Villa Politica*, *De laatste show*, *Dagelijkse kost* en de *Tourtalkshow*.

Daarnaast zijn er extra inspanningen geleverd voor eenmalige programma's: alle uitzendingen voor tijdens en na de verkiezingen van juni (*Oog in oog*, verkiezingsdebat, verkiezingsshow) het volledige WK voetbal, inclusief omkadering, de Olympische Spelen in Vancouver, de verkiezing van de Flandrien, De nacht van de Vlaamse televisie-sterren, Humo's Pop Poll, meer films (alle Nederlandstalige films + meer Ketnet-films), Sportgala, Gala van de sportvoetballer, het huwelijk van kroonprinses Victoria van Zweden. En verder worden uiteraard ook alle lopende reeksen en/of hun opvolger ondertiteld: *Dubbelleven*, *De school van Lukaku*, *De allerslimste mens*, *Studio 1*, *Extra Time*, *Witse*, *De pappenheimers*, *Thuis*, *Blokken*, *1000 Zonnen* ...



## **Aandacht voor het welzijn van kinderen en jongeren**

Jongeren worden door de VRT in de eerste plaats aangesproken door Studio Brussel, kinderen door Ketnet. Maar ook de andere netten bereiken deze doelgroepen zeer goed. Zo heeft MNM een heel jong luisterprofiel en bereikt ook Eén grote groepen kinderen en jongeren.

Op tv worden de kijkers gewaarschuwd als een programma wordt uitgezonden met expliciete erotische of gewelddadige beelden of suggestief taalgebruik. Dat gebeurt aan de hand van een uitgesproken standaardzin door de omroeper en door een 16+-icoon.

Ketnet heeft steeds aandacht voor het welzijn van kinderen en vertrekt steeds vanuit de behoeften van kinderen. Het net gaat op een veilige manier om met gevoelens en emoties. Het schermt kinderen af van commerciële invloeden en seksueel geladen of gewelddadige beelden. Ketnet gaat geen maatschappelijke onderwerpen uit de weg maar brengt ze realistisch en respectvol.

Studio Brussel houdt als jongerenzender rekening met de leefwereld van de jongeren. Stubru.be is belangrijk voor Studio Brussel omdat het aanbod in de nieuwe media aansluit op het mediagebruik van jongeren.

Bij alle radio- en tv-opnames wordt rekening gehouden met de wetgeving over kinderarbeid. Bij programma's als *Junior Eurosong* begeleidt een psychologe mee de kandidaten. Het welzijn van kinderen en jongeren staat bij de productie steeds voorop. Er wordt op toegezien dat kinderen nooit te kijk worden gezet en in hun waardigheid kunnen blijven. De VRT vraagt ook steeds de toestemming van ouders en kinderen voor opnames waaraan kinderen meedoen. De ouders moeten ook het formulier 'regularisering kinderarbeid' invullen en ondertekenen.

## **Operationele kwaliteit**

### **Tv, radio en internet**

In 2008 onderzocht de VRT hoe zij zich moet ontwikkelen als een efficiënt productiehuis. Dat resulteerde in een productiestrategie voor 2009-2011. Die werd verder geïmplementeerd. Een belangrijk element hierbij is waardegericht programmeren: het afstemmen van het budget en de productionele contouren van een programma op de waarde die dat programma heeft voor de VRT en voor het Vlaamse publiek.

Er werd ook verder gewerkt aan projecten en processen die de interne werking en de operationele kwaliteit moeten verbeteren. Zo werd de planningstool **Quintiq** verder geïmplementeerd. Quintiq werd al langer gebruikt voor de planning van het inzetten van technici en technische middelen. De tool werd uitgebreid, waardoor het ook mogelijk is om programmamedewerkers te plannen. Deze tool zal in de loop van 2011 nog verder uitgebreid worden. Zo kan centraal een langetermijncapaciteitsplanning gemaakt worden voor alle productiegeledingen.

De **ERP-systemen** werden geoptimaliseerd. Het interne productiehuis wil nog efficiënter werken door de productieplanning op een ruimere horizon (3 jaar) te doen, door het bestelproces transparanter te maken en de informatie-uitwisseling te verbeteren. De VRT startte in 2009 met het uitwerken van ERP III (Enterprise Resource Planning) dat de financiële processen in kaart brengt in een nieuw besturingssysteem. Dit traject werd voortgezet en daarbij werd vastgehouden aan het GAPP-overleg (Globaal Aanbod- en Productie-Plan). Dat overleg optimaliseert het check-and-balance-model waarop de organisatie gebaseerd is. Aanpassingen in het uitzendschema kunnen zo op een gevalideerde wijze verlopen. Telkens als er een schemawijziging voorgesteld wordt, gebeurt er een impactanalyse (eigen productie, externe productie, voorraad- en programma-aankoop) en wordt die door de verschillende directies gevalideerd.

### **Opleiding en ontwikkeling**

Met haar opleidingsprogramma's bereikte Opleiding en Ontwikkeling 74% van alle VRT-medewerkers. Door jaarlijkse gesprekken met de verschillende directies sluiten de opleidingsinitiatieven maximaal aan bij hun behoeftes. Er is steeds aandacht voor het volledige implementatie- en opvolgingstraject. Naast formele opleidingen zijn er meer informele leerinitiatieven en -activiteiten ontwikkeld. Meer en meer wordt gekozen voor workshops op maat en worden inspirerende sessies rond actuele thema's georganiseerd.

### ***Programmacharter***

Om de richtlijnen uit het programmacharter beter in de vingers te krijgen werden een reeks workshops georganiseerd. Uit discussies tussen 390 programmamedewerkers, netverantwoordelijken en betrokkenen werd duidelijk dat *deontologie* geen exacte wetenschap is en dat het programmacharter hierbij de nodige hulpmiddelen kan aanreiken.

### ***Sociale media***

HR bleef de ontwikkelingen rond sociale media volgen en implementeren. Voor redacties werd een leertraject op maat uitgewerkt. Thema's als transmediastorytelling, communities bouwen en het gebruik van Facebook, Twitter en RSS in research kwamen aan bod. Een 300-tal medewerkers participeerden aan deze initiatieven.

### ***Kwaliteitstraject bij Radio 2***

Radio 2 introduceerde een kwaliteitstraject met drie hoofdthema's: inhoudelijke relevantie, entertainment in presentatie en nieuwe radiovormen. Presentatoren en reporters/(eind)redacteurs kregen workshops over storytelling en interviewtechnieken, improvisatiesessies presentatie en feedbacksessies

### ***Zepposfestival***

HR werkte ook mee aan het Zepposfestival. Deze innoverende, creatieve en inspirerende dag voor programmamakers had als doel een verfrissende en verrijkende kijk te brengen op de toekomst van televisiemaken. De Zepposblog werd uitgebouwd voor zowel radio, tv als online om de makers continu te informeren over spraakmakende tv- en radioformats maar ook over sterke crossmediale initiatieven uit binnen- en buitenland.

## ***Annual Report - summary***

In 2010, thanks to the efforts of its entire staff, the VRT attained the goals set out in the Management Agreement 2007-2011 that stipulates that the VRT must opt for optimal quality, reach, and diversity.

The VRT radio and TV offerings should reach as many Flemish people as possible. The broadcaster achieves this public goal by producing high quality programmes and offering them on all possible media platforms. In order to ensure optimal diversity in its offerings the VRT operates a series of complementary stations, each with its own distinct profile.

The VRT monitors the quality of its offerings by using a programme charter and a deontological code for its news programmes. 2010 saw the election of the first programme charter council. The programme charter council provides advice relating to deontological and ethical issues in VRT programmes (with the exception of news programmes) and multi media productions and handles internal and external complaints about the observation or implementation of the programme charter.

The deontological advisory council of the news department has closely contributed to the new code of the Council for Journalism that was presented in 2010.

In 2010 the VRT radio offerings reached the entire society in all socio-demographic aspects. The weekly reach of all VRT radio stations approximately remained at the same level compared to 2009. Radio 1 focused as an “open” radio station on (sports) news. Radio 2 strengthened its regional character. Studio Brussel concentrated on young people’s music and culture with special attention for new media. MNM renewed its profile as a young and open starters’ radio. Klara’s emphasis was even more on classical music.

In 2010 the VRT television channels realized better results than in 2009. Canvas+, Ketnet+ and Eén+ provided a limited offer due to economy measures. The offer-on-demand (Just Missed and Once Missed) responded to the needs of media users who want to watch a programme at the time of their choice. Eén offers programmes for a broad audience with special attention for all public broadcasting domains. Canvas carried programmes for viewers seeking added value. And Ketnet provided an add free, varied, safe, and high quality package of programmes for children.

In 2010 the VRT strengthened its online output. The three thematic websites (deredactie.be, sporza.be and cobra.be) and stubru.be were given a user-friendly mobile version. The corporate website vrt.be was revamped into a portal site to the station and thematic websites. Kenet.be launched its own video zone. All sites offer more background information to the programmes and where this is relevant the amount of audio and video material available was extended.

The Flemish media landscape is in full development. The public broadcaster intends to do everything in its power to retain its leading position. This is in the interest of the Flemish society and all Flemish people.

## **Rapport annuel - résumé**

En 2010, grâce aux efforts de ses collaborateurs, la VRT a atteint les objectifs fixés par le Contrat de gestion 2007-2011.

Ce contrat de gestion indique que la VRT doit opter pour la qualité optimale, l'accessibilité et la diversité.

À travers son offre en radio et en télévision, la VRT doit atteindre le plus grand nombre possible de Flamands. La VRT concrétise cette mission de service public en proposant une offre forte qualitative sur toutes les plates-formes médias pertinentes. Pour assurer une diversité optimale dans son offre, la VRT propose des chaînes ayant un profil très marqué, mais qui sont complémentaires.

La VRT veille à la qualité de son offre avec une charte des programmes et un code déontologique pour les émissions d'information. En 2010, le premier conseil de la charte des programmes a été élu. Cet organe émet des avis dans le domaine de la déontologie et de l'éthique des émissions de la VRT (à l'exception des programmes relevant du Service Information) et des productions multimédias. Il traite également les plaintes internes et externes relatives au respect ou à l'application de la charte des programmes.

Le conseil consultatif déontologique du Service Information a intensivement collaboré à l'élaboration du nouveau code du Raad voor de Journalistiek (*Conseil pour le journalisme*), présenté en 2010.

En 2010, l'offre radio de la VRT a atteint l'ensemble de la société dans toutes ses facettes sociodémographiques. L'audience hebdomadaire de toutes les chaînes de la VRT est restée sensiblement la même qu'en 2009. Radio 1 s'est focalisée, comme chaîne ouverte, sur l'information et le sport. Radio 2 a renforcé son approche régionale. Studio Brussel s'est concentrée sur la culture et la musique des jeunes avec une attention toute particulière pour les nouveaux médias. MNM a rénové son profil pour devenir une "radio tremplin" pour les jeunes. Klara a renforcé son versant musique classique.

Les chaînes télé de la VRT ont réalisé de meilleurs résultats en 2010 qu'en 2009. L'offre Canvas+, Ketnet+ et Eén+ est restée restreinte vu les économies à réaliser. L'offre sur demande (Net Gemist et Ooit Gemist) répond au besoin du téléspectateur de pouvoir regarder une émission à un moment qu'il détermine lui-même. Eén a proposé une offre pour un large public couvrant tous les domaines de la radiotélévision de service public. Canvas a diffusé des programmes pour des spectateurs désireux d'aller plus au fond des choses. Enfin, Ketnet a assuré une programmation de qualité destinée aux enfants, variée, sûre et sans publicité.

En 2010, la VRT a renforcé son offre en ligne. Les trois sites thématiques (deredactie.be, sporza.be et cobra.be) et stubru.be ont eu droit à une version mobile conviviale. Le site web de l'entreprise vrt.be a été rénové et a maintenant une fonction de portail vers les sites thématiques et des chaînes. Kenet.be a lancé sa propre zone vidéo. Tous les sites ont offert plus d'informations détaillées sur les programmes et là où cela s'avérait pertinent, l'offre audio et vidéo a été élargie.

Le paysage médiatique flamand est en pleine évolution. La radiotélévision publique mettra tout en œuvre pour rester l'institution de référence. Ceci, dans l'intérêt de tous les Flamands et de la société flamande.

## **Jahresbericht - zusammenfassung**

Die Flämische Radio- und Fernsehanstalt VRT hat im Jahre 2010 dank des Einsatzes der gesamten Belegschaft die Zielvorgaben der Geschäftsführungsvereinbarung 2007-2011 erreicht.

Diese Geschäftsführungsvereinbarung verpflichtet die VRT auf optimale Qualität, einen hohen Verbreitungsgrad und Programmvierfalt.

Die VRT soll mit ihrem Rundfunk- und Fernsehangebot möglichst viele Flamen erreichen. Die Anstalt genügt diesem öffentlichen Auftrag in Form eines qualitativ starken Angebots, das sie über alle einschlägigen Medienplattformen verbreitet. Im Interesse der Gewährleistung einer optimalen Programmvierfalt setzt die VRT auf ausgeprägt profilierte und komplementäre Netze.

Die Qualität des Angebots überwacht die VRT auf der Grundlage einer Programmcharta und eines deontologischen Kodexes für Nachrichtensendungen. Im Jahre 2010 wurde der erste Programmcharta-Rat gewählt. Der Programmcharta-Rat formuliert im Zusammenhang mit Deontologie und ethischen Grundsätzen der VRT-Programme (mit Ausnahme von Nachrichtensendungen) sowie Multimediaproduktionen Empfehlungen und bearbeitet interne und externe Beschwerden zur Einhaltung oder Anwendung der Programmcharta.

Der deontologische Beirat der Nachrichtensendungen hat intensiv an dem Kodex des Journalistenrats (Raad voor de Journalistiek) mitgewirkt, der im Jahre 2010 vorgestellt worden ist.

Das Rundfunkangebot der VRT erreichte 2010 die gesamte Gesellschaft in all ihren soziodemographischen Facetten. Der Wochenbereich sämtlicher VRT-Hörfunknetze verweilte in etwa auf dem Niveau des Vorjahres 2009. Radio 1 fokussierte als offenes Netz die Sparte (Sport-)Nachrichten. Radio 2 verstärkte seine regionalen Schwerpunktsetzungen. Studio Brüssel widmete sich der Jugend- und Szenekultur – unter besonderer Berücksichtigung der neuen Medien. MNM erneuerte sein Profil hin zu einem niedrighwelligen Einsteigerradio. Klara konzentrierte sich noch mehr auf klassische Musik.

Die Fernsehnetze der VRT erzielten im Jahre 2010 bessere Ergebnisse als im Vorjahr. Die Kanäle Canvas+, Ketnet+ sowie Eén+ blieben aufgrund notwendiger Einsparungen begrenzt. Das On-Demand-Angebot (unter der Bezeichnung "Knapp verpasst" (Net Gemist) oder "Komplett verpasst" (Ooit Gemist) bestehende Angebote zum zeitversetzten Anschauen von Sendungen) hat sich auf den Bedarf von Medienkonsumenten eingestellt, die den Zeitpunkt für das Anschauen von Sendungen selbst bestimmen möchten. Eén, das erste Fernsehprogramm der VRT, wendet sich an ein breites Publikum, das sich für sämtliche Programm- und Sendungsangebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks interessiert. Canvas strahlte Programme für eine breit interessierte Zuschauerschaft aus. Zu guter Letzt bot Ketnet ein werbefreies, abwechslungsreiches, sicheres und vor allem qualitativ gehaltvolles Angebot für Kinder.

Die VRT hat im Jahre 2010 Ihr Online-Angebot ausgeweitet. Die drei Themensites (deredactie.be, sporza.be und cobra.be) sowie stubru.be erhielten eine benutzerfreundliche Mobilversion. Die Anstalts-Website vrt.be wurde überarbeitet und bietet jetzt eine Portalfunktion zu den Netz- und Themensites. Kenet.be hat eine eigene Videozone eingeführt. Alle Webseiten boten mehr Hintergrundinformationen zu den einzelnen Programmen und im erforderlichen Umfang wurde auch das Audio- und Videoangebot erweitert.

Die Medienlandschaft Flanderns ist vollauf in Bewegung. Der Öffentliche Rundfunk will seine führende Rolle nach Kräften auch in Zukunft wahrnehmen. Dies liegt im wohlverstandenen Interesse aller Flamen und der Flämischen Gemeinschaft.



**VRT, NV van Publiek Recht**

Auguste Reyerslaan 52, 1043 Brussel  
Tel. 02 741 31 11  
Fax 02 734 93 54  
E-mail: [info@vrt.be](mailto:info@vrt.be)  
[www.vrt.be](http://www.vrt.be)  
BTW BE 0244 142 664  
RPR Brussel  
V.u. Brigitte Vermeersch