

vrt

Visietekst 2021-2025

Vlaanderen mee-maken

Visietekst ter voorbereiding van de beheersovereenkomst 2021-2025



18 november 2019



INLEIDING

Publieke omroep als noodzakelijk democratisch instrument

De publieke omroep vervult volgens het Protocol van Amsterdam (1997) de “democratische, sociale en culturele behoeften van iedere samenleving” en houdt verband met “de noodzaak pluralisme in de media te behouden”. De Raad van Europa heeft in diverse resoluties tot op heden het belang van een sterke, onafhankelijke publieke omroep beklemtoond. Publieke omroepen moeten instaan voor onpartijdige, betrouwbare, objectieve en onafhankelijke informatie en moeten investeren in kwaliteitsvolle audiovisuele producties, breed educatieve en culturele programma's aanbieden, en zowel de massa als nichepublieken en minderheden aanspreken

De missie van VRT als Vlaamse publieke omroep is hiermee volledig in overeenstemming en blijft onveranderd: “VRT wil alle Vlamingen informeren, inspireren en verbinden, en zo de Vlaamse samenleving versterken.” VRT wil als dienstverlenende organisatie een bijzondere positie innemen in de samenleving. Dit met een kwaliteitsvol en onderscheidend aanbod dat voortkomt uit zowel interne als externe creativiteit, dat vernieuwend is en inzet op durf en lef.

Een sterk mediabedrijf als maatschappelijke hefboom

In zijn Vision2020-rapport geeft de European Broadcasting Union (EBU) drie belangrijke pijlers aan voor de toekomstige rol van een publieke omroep. Hij moet zich verbinden met de samenleving, investeren in betrouwbaarheid ('trust') en in alles maatschappelijke meerwaarde (*return to society*) nastreven.

De opdracht van VRT of van een publieke omroep in het algemeen evolueert. Het verschil met vroeger bestaat erin dat VRT sterker en structureler moet inzetten op haar maatschappelijke rol; haar rol als *publieke* omroep. Die opdracht is actueler, relevanter en meer dan ooit noodzakelijk. VRT zet haar schouders onder de uitdagingen waar de Vlaamse samenleving mee wordt geconfronteerd. Dat doet ze door te informeren, meningen aan bod te laten komen en te inspireren. Een modern, efficiënt en slagkrachtig mediabedrijf is daarbij het middel, de hefboom.

Een scharniermoment voor VRT en Vlaanderen

De huidige beheersovereenkomst tussen VRT en de Vlaamse overheid loopt eind 2020 af. De onderhandelingen hiervan vonden plaats in andere (media)tijden, internationaal, maar ook in Vlaanderen. Netflix was nog maar net gelanceerd in Vlaanderen. Desinformatie en gekleurde informatie waren slechts randfenomenen. Een uiterst gepersonaliseerd nieuws- en media-aanbod leek toekomstmuziek.

Technologie heeft voor een toenemende internationalisering en op haar beurt verdere mediaconcentratie gezorgd. De impact op de mediagebruiker is niet te onderschatten. Die jongleert nu met een veelheid aan internationale en nationale platformen en merken.

De komende 5 jaar zal VRT antwoorden moeten formuleren op 5 uitdagingen:

- Het collectieve van massamedia maakt plaats voor individuele, gefragmenteerde ervaringen.
- Media en informatie zullen op veel meer verschillende platformen moeten worden aangeboden.
- Vlaamse content zal in die veelheid aan platformen moeilijker vindbaar zijn.
- Sommige doelgroepen worden daardoor ook steeds moeilijker bereikbaar.
- Het inkomstenmodel van lokale mediabedrijven (zowel print- als audiovisueel aanbod) zal nog verder onder druk komen te staan. Kwaliteitsvol Vlaams aanbod zal dus nog moeilijker ondersteund kunnen worden.

Meer dan ooit een publieke omroep

Vlaanderen én VRT bevinden zich op een scharniermoment. Dat vraagt om een ambitieuze beheersovereenkomst en een daarop afgestemde en duurzame financiering. Hoe VRT deze ambitie voor een sterker Vlaanderen wil realiseren, en wat daarvoor nodig is, wordt uiteengezet in zes krachtlijnen in deze visietekst:

- 1. De Vlaamse samenleving als vertrekpunt**
- 2. Iedereen aanspreken met breed en kwaliteitsvol aanbod**
- 3. Betrouwbare informatie als gemeenschappelijk referentiepunt**
- 4. Vlaamse creativiteit stimuleren**
- 5. Samen innoveren**
- 6. Werken vanuit een duurzaam en gewaarborgd financieel model**



1

De Vlaamse samenleving als vertrekpunt

Aan Netflix-series merk je niet dat de Sint op bezoek is. Voor VRT zal de Vlaamse samenleving altijd het uitgangspunt zijn. Dat is niet vanzelfsprekend. De maatschappelijke breuklijnen worden scherper, terwijl het medialandschap in recordtempo internationaliseert. Ook het mediagebruik individualiseert. VRT wil meer dan ooit de omroep van het publiek zijn, waar alle Vlamingen zich in herkennen en zich erkend voelen.

Een VRT die alle Vlamingen voelt en verrijkt

VRT moet relevante Vlaamse maatschappelijke thema's aanvoelen. Aantrekkelijke programma's zijn een hefboom om die thema's aan bod te brengen, bijvoorbeeld in *Taboe*, in *Thuis* of in *De Inspecteur* op Radio 2. De keuzes van VRT vertrekken vanuit de grote en kleine zaken die een rol spelen in het leven van alle Vlamingen. Voelen wat er leeft mag geen nattevingerwerk zijn. Daarvoor is expertise nodig en moeten de nodige meetinstrumenten verder ontwikkeld worden.

Het is voor alle maatschappelijke actoren moeilijker om de Vlaamse samenleving goed te blijven aanvoelen. Met een media-aanbod dat, samen met anderen, mee de schouders zet onder de Vlaamse samenleving, moet de publieke omroep mee zorgen voor een gemeenschappelijk referentiekader.

De samenleving individualiseert en media spelen daar een belangrijke rol in. Zowat elke gebruiker kan vandaag een individueel samengesteld aanbod krijgen, zelfs zijn

of haar hoogst gepersonaliseerd audio- of videoaanbod. Collectieve media-ervaringen staan net daarom ook fors onder druk. Heel wat groepen zijn zowel voor de overheid als voor de media moeilijker bereikbaar.

Gemeenschappelijke verhalen voor een gedeelde Vlaamse identiteit

VRT bouwt mee aan de gedeelde werkelijkheid voor alle Vlamingen. In een geglobaliseerde en anderzijds gepersonaliseerde wereld worden gemeenschappelijke verhalen minder evident. Precies daarom is het belangrijk dat een publieke omroep erin investeert. Die gemeenschappelijke verhalen kunnen zo mee vorm geven aan gedeelde ervaringen, aan een gedeelde Vlaamse identiteit.

Door daarbij in te zetten op lokale verhalen, met talent van eigen bodem, kan VRT zich onderscheiden en grote maatschappelijke waarde leveren. Zij stimuleert daarbij de Nederlandse taal en taalverwerving, en speelt de taal uit als een instrument van verbinding. Daarnaast reikt ze gedeelde ankerpunten aan uit de geschiedenis en het brede culturele en maatschappelijke erfgoed van Vlaanderen.

De Vlaamse samenleving wordt immers diverser. Vlamingen hebben vandaag vele verschillende achtergronden en verhalen. Zo heeft Antwerpen vandaag meer inwoners mét dan zonder migratieachtergrond. Meer dan ooit is de Vlaming bezorgd over wat hem verbindt: de taal, de gedeelde waarden, de kwaliteit van ons onderwijs, de impact van nieuwe technologieën.



Een gedeelde identiteit door gedeelde ervaringen

Een gedeelde Vlaamse identiteit krijgt mee vorm door gedeelde ervaringen. VRT verbindt rond programma's zoals *Thomas Speelt het Hard*, maar doet dat ook door mensen letterlijk met elkaar in contact te brengen; denk daarbij bijvoorbeeld aan evenementen als *Vlaanderen Feest*, *De Warmste Week*, *De intrede van de Sint*, *Straat Préféré van Radio 2*, het *WK van de Rode Duivels*. VRT moet daarbij oog hebben voor moeilijk bereikbare doelgroepen.

Vlamingen moeten VRT ook vaker buiten de klassieke mediaomgeving kunnen ontmoeten. Samen met de duizenden Vlaamse verenigingen, bedrijven, sportclubs, cultuur- en onderwijsinstellingen wil VRT zoeken naar manieren om de Vlaamse samenleving duurzaam te versterken, zoals dat bijvoorbeeld nu al gebeurt bij *De Warmste Week*, *Kom op tegen Kanker* en *De move tegen pesten*.

Ankerpunten in een internationale mediawereld

Ook in de toekomst wil VRT ervoor zorgen dat Vlamingen, van jong tot oud, Vlaamse ankerpunten en gezichten blijven hebben voor informatie, cultuur, educatie, ontspanning, sport en fictie. Van Martine Tanghe tot Kaatje. In een markt die onder druk staat, moet een slagkrachtige VRT de garantie bieden dat dit Vlaamse aanbod er altijd zal zijn. En dat het wordt aangeboden volgens de noden en verwachtingen van de moderne mediagebruiker.



2

Iedereen aanspreken met breed en kwaliteitsvol aanbod

De publieke omroep moet alle Vlamingen niet alleen bereiken, maar ook écht aanspreken, met een vindbaar en relevant breed aanbod.

De omroep van alle Vlamingen

Alle Vlamingen, ongeacht hun leeftijd, culturele achtergrond, opleidingsniveau of politieke voorkeur, moeten het gevoel hebben dat VRT er voor hen is. Alle Vlamingen moeten VRT kunnen vinden. Alle Vlamingen moeten zich in VRT kunnen vinden.

Als publieke omroep heeft VRT er zich altijd op toegelegd om commercieel minder interessante doelgroepen juist wel aan te spreken. Van Klara tot Canvas. Van kinderen tot senioren. Zij moet dat blijven doen. VRT moet bij uitstek ook mikken op de moeilijk bereikbare doelgroepen die zich vandaag minder of niet aangesproken voelen door het klassieke aanbod. Dat vraagt soms om nieuwe keuzes of nieuw aanbod.

Aanspreken met betrouwbare merken

VRT blijft kiezen voor een portfolio aan merken als instrument om de verschillende segmenten binnen de Vlaamse samenleving te bereiken. Vlaanderen is een rijke maar ook diverse samenleving met verschillende doelgroepen die men kan clusteren rond socio-demografische kenmerken en aspiraties in het leven. Elk merk zet in op een specifiek segment, en tracht via een kwalitatieve invulling van haar opdracht een duurzame relatie uit te bouwen met een doelpubliek.

Aanspreken met een breed, divers en kwaliteitsvol aanbod

De publieke omroep moet zoveel mogelijk mediagebruikers bereiken met een hoogkwalitatief aanbod wat betreft informatie, cultuur, educatie, sport en ontspanning. Waarbij kwaliteit steeds voorop staat. Prioritair zijn informatie en cultuur. Daarnaast wil VRT de Vlamingen ook verbinden met sport, eigentijdse educatie, eigen drama en ontspanning die leuk is én van niveau.

Een vindbaar VRT-aanbod voor iedereen

Voor de publieke omroep is het essentieel dat haar aanbod ook makkelijk te vinden is. Het VRT-aanbod moet voor iedereen eenvoudig toegankelijk zijn. Op het verschuivende mediagebruik moet de publieke omroep antwoorden met een gediversifieerd, toegankelijk en vindbaar aanbod op alle relevante platformen.

Steeds meer internationale spelers vechten met een aanbod van hoge kwaliteit om de tijd en aandacht van de Vlaamse mediagebruiker. Dat doen ze op allerlei platformen en kanalen. Door het grotere aanbod wordt iedereen bereiken en aanspreken dus vanzelfsprekend moeilijker. Kwaliteitsvol Vlaams aanbod is in het nieuwe internationaliserende medialandschap minder prominent zichtbaar en vindbaar geworden. Dat is erg problematisch voor de Vlaamse omroepen. ►

Jongere generaties blijven aanspreken

Bijeen groeiende groep jongeren gaat het televisietoestel veel minder aan. Maar volgens Imec-onderzoek zit de gemiddelde jongere wel 3 uur en 27 minuten per dag op de smartphone, waarbij hij of zij vooral naar YouTube kijkt. De manier waarop naar programma's gekeken wordt, verandert grondig. Van lineair, over uitgesteld kijken tot online herbekijken. Van thuis tot ergens onderweg. Van volledige programma's tot fragmenten.

Op dat verschuivende mediagebruik van jongeren en jongvolwassenen, moet de publieke omroep antwoorden formuleren, zowel met klassieke televisie als met een divers en kwalitatief aanbod op de platformen die de jongeren vandaag als vanzelfsprekend gebruiken. Bijzondere aandacht moet daarbij gaan naar mobiel aanbod.

Met Ketnet slaagt de openbare omroep er in een unieke band op te bouwen met de doelgroep van lagere schoolkinderen, peuters en kleuters. Ketnet evolueert mee met het veranderende mediagebruik van kinderen en staat voor kwalitatieve inhoud van eigen bodem met maatschappelijke relevantie.



3

Betrouwbare informatie als gemeenschappelijk referentiepunt

Dagelijks wordt de Vlaming geconfronteerd met een overvloed aan informatie. De kwaliteit ervan is voor velen moeilijk in te schatten. Wat is waar en wat niet? Wat betekent dit voor mij? En wie kunnen we vertrouwen? Desinformatie is vaak een (internationaal) georganiseerd gegeven, wat sterke Vlaamse journalistiek meer dan ooit nodig maakt.

VRT als betrouwbare referentie

In een wereld waar gratis en eenvoudig beschikbare informatie vaak eenzijdig geselecteerde of gekleurde informatie is, is er nood aan een betrouwbaar, evenwichtig en toegankelijk aanbod.

De publieke omroep moet garant blijven staan voor toegankelijke, feitelijke en betrouwbare informatie en duiding. Zeker in tijden waarin de lijn tussen wat echt en niet echt is voor het publiek vervaagt, moet VRT aan die verwachtingen voldoen. Betrouwbaarheid moet altijd primeren op snelheid.

Onafhankelijk en kritisch

Vanuit haar onafhankelijke positie informeert VRT niet alleen, maar wil zij het nieuws ook uitleggen, kaderen en duiden. VRT biedt een venster op de wereld dichtbij en veraf. Om dat op een kwalitatieve manier te doen, investeert zij nog meer in expertise: journalisten die tijd en ruimte krijgen om zich in bepaalde domeinen te verdiepen en kennis op te bouwen. Tegenover een steeds sneller draaiende nieuwscyclus moet de publieke omroep resoluut blijven investeren in onderzoeksjournalistiek, maar ook in data en het slim gebruik ervan. In haar nieuwsaanbod waakt VRT erover haar onderscheidende rol te blijven waarmaken, zowel naar inhoud als naar vorm. Het zwaartepunt van dat aanbod ligt vanzelfsprekend op het audiovisuele.

Alle Vlamingen bereiken met informatie

In een democratie is het belangrijk dat iedere burger goed geïnformeerd is. Daarom moet ook het VRT-informatieaanbod iedereen aanspreken, of het nu gaat om kinderen of senioren, om commercieel interessante doelgroepen of niet. Dat gebeurt niet alleen via eigen kanalen, maar ook via alle relevante externe platformen. Op een wijze die aansluit bij de noden van de moderne mediagebruiker. Ook voor groepen met minder vertrouwen in klassieke nieuwskanalen. Onderzoek toont aan dat een sterke publieke omroep samengaat met een sterke democratie.

Het is belangrijk dat ook het informatieaanbod van VRT voeling houdt met de leefwereld van alle Vlamingen en met de brede waaier aan opinies in Vlaanderen. In tijden waarin algoritmes op sociale media de gebruikers vooral meningen uit hun eigen groep voorschotelen, wil VRT heel diverse, tegengestelde meningen aan bod laten komen.

VRT als informatiepartner

De Vlamingen informeren en bijdragen tot, bijvoorbeeld, mediawijsheid, de kennis van economie of artificiële intelligentie gebeurt waar mogelijk en wenselijk in samenwerking met anderen. Zo werkt VRT vandaag al op grote schaal samen met het onderwijs. VRT heeft een cruciale rol te vervullen met betrekking tot mediawijsheid. Jongeren die kritisch leren omgaan met informatie groeien op tot sterke burgers.

4

Vlaamse creativiteit stimuleren

Vlaanderen barst van het creatieve talent. VRT moet in een veranderend medialandschap de ruimte voor Vlaamse producties garanderen. De ondersteuning en financiering van dat creatief aanbod is wel veel complexer geworden.

VRT moet Vlaams creatief aanbod blijven stimuleren

VRT moet in een veranderend medialandschap de ruimte voor Vlaamse producties garanderen. Als onafhankelijke, niet-winstgedreven speler zal de publieke omroep altijd inzetten op een kwalitatief, vernieuwend, toegankelijk en relevant aanbod van Vlaamse bodem.

In een evenwichtig landschap dagen privéomroepen en de publieke omroep elkaar uit tot meer kwaliteit voor de Vlamingen en versterken ze ook elkaar. Landen met een sterke publieke omroep hebben ook sterke private omroepen. Uiteraard kunnen internationaal aangekochte kwaliteitsproducties en formats daarin een rol spelen.

VRT zet het gesprek over een breder niet-lineair aanbod met focus op Vlaamse content verder. Centraal daarbij staan de maatschappelijke opdracht van VRT en de wil om met het gehele Vlaamse ecosysteem samen te werken. Een duurzaam economisch model moet een langetermijnperspectief kunnen waarborgen. VRT ziet ook veel waarde in de samenwerking met andere landen en regio's.

VRT als garantie voor de productie van variatie aan genres

Het aanbod van VRT moet ook de komende jaren een grote variatie aan genres blijven omvatten op alle netten, van brede Vlaamse fictie zoals *Undercover* op Eén, over cultuur zoals *Weg van het meesterwerk* tot satire zoals in *De ideale wereld* op Canvas. Populaire genres als soaps, quizzen, sportuitzendingen en fictie moeten helpen – en zijn zelfs noodzakelijk – om minder voor de hand liggende thema's of sporten met een kleiner draagvlak voor een breed publiek te brengen.

Vlaamse content is steeds moeilijker te financieren omdat de concurrentiedruk toeneemt en verwachtingen in kwaliteit en budget blijven stijgen. De druk op de financiering van de publieke omroep zet ook rechtstreeks een druk op het aandeel Vlaamse producties. De Vlaamse productiesector is nochtans economisch erg belangrijk en internationaal erkend. Ook mediagebruikers hechten nog steeds veel belang aan herkenbare Vlaamse verhalen, gezichten en stemmen. Die aandacht voor de Vlaamse cultuur en eigenheid ontbreekt in het internationale aanbod. Voor, bijvoorbeeld, Vlaamse muziek is er vaak geen plaats.

Bij internationale spelers bestaat het videoaanbod bovendien bijna uitsluitend uit series en films. Nieuws, talkshows, infotainment en documentaires zijn commercieel minder interessant en zijn dus minder eenvoudig, of helemaal niet te valoriseren.

VRT als kweekvijver voor talent en schermgezichten

De publieke omroep moet de komende jaren een kweekvijver blijven voor talent 'van hier'. Enkel zo kan hij de brug slaan tussen verschillende doelgroepen en het creatief aanbod herkenbaar maken voor een Vlaams publiek.

5

Samen innoveren

Technologie evolueert razendsnel en zal de komende jaren een nog grotere impact hebben op de manier waarop media gemaakt en gebruikt worden. Samenwerking tussen de verschillende lokale mediabedrijven is daarom meer dan ooit nodig. Innovatie zal, nog meer dan vroeger, de belangrijkste pijler zijn van de publieke omroep van morgen.

Investeren in innovatie voor Vlaanderen

Het Vlaamse medialandschap moet mee de toon zetten in nieuwe en onvoorspelbare evoluties. 5G, artificiële intelligentie, augmented reality, spraaktoepassingen en gamification zullen de kijk-, luister- en leeservaring verder transformeren. Dat blijft innovatie-investeringen broodnodig maken. De verhalen die we vertellen zijn Vlaams en universeel menselijk. De technologie waarop dit gebeurt, start of stopt niet aan onze grenzen. Ook binnen de projecten voor innovatie ligt de klemtoon op het dichter betrekken en verbinden van de Vlaming (via profielen, co-creatie en participatie).

VRT als innovatiepartner

De publieke omroep steunt de overheid in haar rol als innovatieaccelerator en wil zich verder inpassen in het economisch innovatiebeleid van Vlaanderen. VRT deelt maximaal de resultaten die zo ook in andere maatschappelijke domeinen inzetbaar zijn.

De publieke omroep is een uitgelezen partner voor grensverleggende innovatie op alle niveaus. Niet alleen op gebied van technologische media-innovatie, maar ook op gebied van nieuwe programma's en formats of het optimaliseren van processen.

VRT is een innovatiepartner voor de hele sector. Vandaag is VRT al betrokken bij meer dan 20 samenwerkingsprojecten met 70 partijen, waaronder ook de Vlaamse commerciële mediabedrijven. De publieke omroep werkte reeds met 150 start-ups en zijn VRT Sandbox-hub kent navolging zowel in Vlaanderen (Sport Vlaanderen, VDAB en de Nationale Loterij) als in heel Europa (BBC, NPO, ARD, maar ook DPG media). Hierdoor wordt het Vlaamse digitaal ecosysteem in Europa opgeschaald en brengt VRT technologische (media)vernieuwing in een stroomversnelling. Dat moet zij nog veel meer kunnen doen.

VRT als vliegwiel voor de audiovisuele sector

VRT moet een katalysator zijn binnen het bestaande media-ecosysteem. Samen met jonge en gereputeerde productiehuisen, andere omroepen, mediabedrijven en distributeurs zorgt VRT voor de productie van innovatieve Vlaamse content. Samen met onderzoekscentra en met veelbelovende start-ups zoekt VRT naar nieuwe manieren om content gebruiksvriendelijk aan te bieden aan de mediagebruiker.

Vandaag is maar liefst 28,2% van de audiovisuele sector op een of andere manier VRT verbonden in België, goed voor zo'n 3208 VTE. De publieke omroep is zich bewust van zijn belangrijke rol als vliegwiel in het Vlaamse media-ecosysteem. De publieke omroep en de private bedrijven uit ons land maken elkaar sterker door elkaar uit te dagen én samen te werken als er gemeenschappelijke opportuniteiten gevonden worden.

6

Werken vanuit een duurzaam en gewaarborgd financieel model

Er is de laatste jaren binnen VRT bijzonder hard gewerkt om een performante en efficiënte publieke omroep te zijn. Niet enkel met kaasschaaf-ingrepen, maar ook structureel. Na 12 jaar onafgebroken besparen staat het maatschappelijk en economisch rendement van VRT voor Vlaanderen onder druk.

Herijking van de VRT-financiering

Een herijking van de VRT-financiering dringt zich op. VRT wil mee bouwen aan een sterk Vlaanderen, en moet, ook daarom, als publieke omroep efficiënt, flexibel en relevant kunnen blijven. Daarom is een stabiele en duurzame financiering broodnodig. Uit onderzoek blijkt bovendien dat investeren in VRT rendeert. Een onafhankelijke economische-meerwaardestudie toont aan dat elke in VRT geïnvesteerde euro maar liefst 2,51 euro opbrengt.

De Vlaamse overheid verwacht veel van VRT. Tegelijkertijd staan alle financieringspijlers onder druk. VRT wil het gesprek aangaan over welk maatschappelijk project we samen voor ogen hebben en welke (financiële) hefboomen daarvoor noodzakelijk zijn. Zo wil ze maximaal haar schouders onder de uitdagingen van Vlaanderen zetten. In alles wat VRT onderneemt, zal de maatschappelijke relevantie meer dan ooit centraal staan.

Een efficiënte en performante omroeporganisatie

VRT was in hoge mate solidair met de besparingen van de opeenvolgende Vlaamse regeringen. Continue verbetering is zo deel geworden van haar DNA. De publieke financiering van VRT zal van 2007 tot eind 2020 met 31% gedaald zijn. Het personeelsbestand zal van 2007 tot eind 2020 afgenomen zijn met 601 VTE.

De impact van de begroting 2020-2024 van de Vlaamse regering weegt zwaar door op VRT. Er wordt een rechtstreeks besparingsplan opgelegd, lopend van 2,4 mio € in 2020 tot 12 mio € in 2024. Ten gevolge van de niet-indexering van de werkingsmiddelen, de toenemende vergrijzingskost en de stijgende bijdrage aan de statutaire pensioenen zal in het jaar 2024 VRT 44,6 mio € minder middelen ter beschikking hebben om haar publieke opdracht waar te maken.

3,4 euro per maand per Vlaming

Om te kunnen genieten van het aanbod van de hele VRT betaalt de Vlaamse burger vandaag jaarlijks 41,2 euro. Dat is 3,4 euro per maand of 0,11 euro per dag. In 2007 was dat nog 48,7 euro per jaar. Daarvoor krijgt de Vlaming tien mediakanalen op radio en televisie, websites, apps en extra digitaal aanbod.

De Scandinavische publieke omroepen kosten de gemiddelde Zweed, Noor, Deen of Fin bijna het dubbele, ongeveer 80 euro per jaar. VRT bewijst daarmee dat ze een bijzonder budget-efficiënte organisatie is. Als koploper in een kleine markt produceert zij bovendien jaarlijks meer fictie dan de voornoemde publieke omroepen. Meer dan het dubbele van wat de Zweedse publieke omroep doet. Meer dan het driedubbele van wat Noorwegen of Denemarken produceert.



Nawoord

De publieke omroep moet mee het maatschappelijke verschil kunnen maken door alle Vlamingen te informeren, inspireren en verbinden. De maatschappelijke opdracht van VRT is actueler, relevanter en noodzakelijker dan ooit. VRT als openbare omroep blijft een onvervangbare pijler voor een kwaliteitsvolle samenleving.

Op weekbasis bereiken we met al onze VRT-merken zo'n 90% van alle Vlamingen. Als publieke omroep dragen we dus het beeld van Vlaanderen aan heel Vlaanderen uit. Elke dag opnieuw. We zetten in op informatie, cultuur, educatie, kwaliteitsvolle ontspanning en sport. We doen dit met innovatieve producties via onze kanalen, niet alleen televisie en radio, maar steeds vaker digitaal. We zetten ons archief slim in en organiseren verbindende evenementen.

VRT staat vandaag voor vele uitdagingen. We leven in een steeds sneller veranderend, digitaliserend en internationaliserend medialandschap. VRT wil binnen deze context met sterke Vlaamse content blijven scoren. Er is meer dan ooit nood aan een onafhankelijke publieke speler die ondubbelzinnig kiest voor lokale, authentieke verhalen en daarmee de Vlaamse samenleving en identiteit kan versterken.

We moeten als Vlaamse onafhankelijke nieuwsverstrekker de Vlaming de garantie bieden op betrouwbare informatie. Met diepgravende journalistiek moeten we een dam zijn tegen de verspreiding van desinformatie. Eveneens moeten we proberen die Vlamingen te bereiken die we vandaag nog niet of niet meer bereiken.

In tijden van polarisering, versnippering en individuele mediaconsumptie zetten we volop in op het verbinden van mensen. Zo draagt VRT elke dag bij aan het maatschappelijke en culturele debat. En dat in alle verscheidenheid. We tonen aan elkaar en aan de hele wereld wat Vlaanderen zo uniek maakt. Wat we met elkaar gemeen hebben. We creëren niet alleen verbindende programma's, maar zetten ook in op gedeelde ervaringen.

VRT bewijst elke dag haar toegevoegde maatschappelijke én economische waarde. We willen die meerwaarde blijven bewijzen. En deze nog beter duiden en delen met de beleidsverantwoordelijken en de hele samenleving. Maar om een verbindende factor tussen de burgers, de overheid en de audiovisuele sector te kunnen blijven is een stabiele en duurzame financiering essentieel.

Paul Lembrechts
Gedelegeerd bestuurder VRT

Luc Van den Brande
Voorzitter Raad van Bestuur VRT



