



canvas



Inhoud

Inhoud

.....	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Van NIR tot VRT	3
Van BRT naar TV2.....	4
Van TV2 naar Canvas.....	6
Canvas, de eerste pijlers	8
Canvas 2008 – ‘Het nieuwe Canvas’	9
Canvas 2009 – ‘Canvas aanbevolen door Canvas’	10
Canvas 2010 - ‘Nog meer noodzakelijke televisie’	11
Canvas 2011 - ‘Mijlpaalactualiteit’	13
De beheersovereenkomst 2012-2016.....	14
Diversiteit: Iedereen verschillend, iedereen welkom.....	16
Canvas 2012 – ‘Meer Canvas’	17
Canvas 2013 – ‘Canvas kijkt vooruit’	19
Canvas 2014 – ‘Uitzicht op inzicht’	20
Meer info?.....	25

Van NIR tot VRT

De lange voorgeschiedenis van het huidige Canvas begint op 31 oktober 1953, de dag van de eerste televisie-uitzendingen in België, onder de vleugels van het dan nog unitaire NIR-INR. Dat *Nationaal Instituut voor de Radio-Omroep* was opgericht in 1930 en hield zich sindsdien bezig met radio-uitzendingen. Tot 1960 staat Jan Boon aan het hoofd van het NIR, Bert Leysen is (eveneens tot 1960) verantwoordelijk voor de algemene coördinatie van de televisie-uitzendingen. In dat jaar verandert de omroepwet de benaming in BRT (*Belgische Radio en Televisie*). Paul Vandenbussche is administrateur-generaal van 1960 tot 1986. De televisie wordt van 1960 tot 1972 geleid door Bert Janssens, die wordt opgevolgd door Nic Bal. Op 1 januari 1971 beginnen de uitzendingen in kleur, en in 1977 gaat TV2, de voorloper van Canvas definitief van start.

In 1979 maakt een decreet van de BRT een Vlaamse culturele instelling.

Nieuwsuitzendingen en programma's met een informatief karakter moeten in een strenge geest van objectiviteit verlopen. Directeur-generaal televisie Nic Bal wordt in 1981 opgevolgd door Bert Hermans. Na het vertrek van Paul Vandenbussche leidt Cas Goossens de omroep gedurende tien jaar, van 1986 tot 1996. Jan Ceuleers, die in 1989 directeur-generaal televisie wordt, maakt meer middelen vrij voor sport- en amusementsprogramma's. Het omroepdecreet van 27 maart 1991 verandert de officiële benaming van BRT in BRTN, waarbij de N staat voor *Nederlands*.

In 1995 valt de omroep onder de minister van de Media, en niet langer onder Cultuur. Minister Eric Van Rompuy maakt een blauwdruk voor een grondige hervorming van de BRTN, en gedelegeerd bestuurder Bert De Graeve neemt in februari 1996 de leiding van de omroep over van administrateur-generaal Cas Goossens. Voormalig radiodirecteur Piet Van Roe wordt de nieuwe directeur televisie.

Het maxi-decreet van 1997 vormt de openbare omroep vanaf 1 januari 1998 om in de naamloze vennootschap van publiek recht VRT, *Vlaamse Radio en Televisieomroep*.

Het *Kwaliteitsproject TV*, dat in 2000 op de sporen is gezet, creëert een heel nieuwe dynamiek. Tussenschotten tussen diensten worden doorbroken en medewerkers vanuit totaal verschillende achtergronden formuleren samen concrete voorstellen om de kwaliteit van de programma's en de werkprocessen nog te verbeteren. Die inspanningen resulteren in heel wat realisaties en nieuwe initiatieven: het forum rond Creativiteit en Innovatie, de start van een EFQM Kwaliteitsproject bij de facilitaire diensten, de verdere uitdieping van het Waardentrajec van Canvas, de lancering van het complete geïntegreerde VRT- Productiehandboek. Dit actief en continu werken aan kwaliteit geeft VRT-Televisie de zuurstof die nodig is om vernieuwend en toonaangevend te blijven.

Christina von Wackerbarth volgt Piet Van Roe op in 1999, en leidt de televisie tot 2003. Dan wordt zij opgevolgd door Aimé Van Hecke, die al zeven jaar actief was als onafhankelijk strategisch adviseur voor de VRT-televisie. In 2002 volgt Tony Mary Bert De Graeve op als gedelegeerd bestuurder. In 2007 kiest de VRT voor een reorganisatie: om een crossmediaal en multimediaal aanbod te realiseren worden de directies Radio en Televisie opgeheven. De organisatie van de omroep is voortaan gebaseerd op het proces, met Strategie, Media en Productie als pijlers.

Op 2 maart 2007 wordt Dirk Wauters de nieuwe gedelegeerd bestuurder. Hij volgt daarmee gedelegeerd bestuurder (ad interim) Piet Van Roe op. Na Wauters' ontslag in 2009 komt Van Roe opnieuw tijdelijk aan het hoofd van de VRT. Vanaf 6 oktober 2009 staat VRT voor *Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie*, een naamsverandering die past in de gewijzigde mediawetgeving.

Begin 2010 wordt de organisatie bijgestuurd. Naast de diensten die direct onder de gedelegeerd bestuurder ressorteren, zijn er drie directies: media, productie en algemene zaken (technologie, HR, financiën). In 2010 wordt Sandra De Preter aangesteld als de nieuwe gedelegeerd bestuurder.

In 2013 wordt het directiecollege uitgebreid met een bijkomend lid. Die krijgt de verantwoordelijkheid over Technologie en de Operationele Afdelingen (OA), die samen een nieuwe directie vormen.

Op maandag 22 april 2013 beslist de Raad van Bestuur van de VRT dat de openbare omroep ook in de toekomst op de huidige Reyers-site blijft. De VRT zal er eind 2019 haar intrek nemen in een nieuw, duurzaam en efficiënt gebouw. De omroep zal zelf instaan voor de financiering ervan. Dat is mogelijk omdat de VRT in een nieuw gebouw aanzienlijk kan besparen op exploitatiekosten en omdat ze een deel van het terrein kan verkopen. Met deze beslissing bevestigt een van de belangrijkste Vlaamse culturele actoren het belang van een blijvende aanwezigheid in Brussel. Vanaf 1 september 2013 volgt Leo Hellemans Lena De Meerleer op als algemeen directeur Productie van de VRT, Peter Claes wordt algemeen directeur Media en Jean Philip De Tender manager Televisie.

In 2014 wordt Sandra De Preter ten gevolge van een ziekte vervangen als CEO, eerst ad interim door Willy Wynants, in oktober definitief door Leo Hellemans. De nieuwe Vlaamse regering legt een besparingstraject op. De VRT moet in 2015 22 miljoen euro besparen. Dat bedrag loopt tegen eind 2019 verder op tot 39 miljoen euro. Het medium radio viert zijn 100-jarig bestaan met ondermeer een tentoonstelling in Leuven.

In 2015 stopt OP12 stopt met uitzenden op 1 januari. Ketnet behoudt zijn eigen uitzendkanaal. In het voorjaar starten de voorbereidingen van de onderhandelingen rond een nieuwe beheersovereenkomst. De Vlaamse Regering en de VRT waren eerder overeen gekomen om de lopende beheersovereenkomst met een jaar in te korten. Op 24 augustus stopt cobra.be. Eind 2015 wordt een nieuwe overeenkomst voor vijf jaar ondertekend.

In 2016 start de nieuwe beheersovereenkomst 2016-2020. De VRT kiest voor de Tijdelijke Vereniging rond Robbrecht en Daem Architecten en Dierendonckblancke Architecten om het nieuwe VRT-gebouw te ontwerpen. Op 1 maart start Paul Lembrechts als gedelegeerd bestuurder. Op 1 juni stopt teletekst als informatiekanaal. Op 24 oktober wordt een sociaal plan afgesloten met nadruk op arbeidsherverdeling, efficiëntiewinst en drukken van loonkost.

Van BRT naar TV2

In 1996 zet de openbare omroep, zoals al aangegeven, een nieuwe koers uit. Er wordt gekozen voor twee volwaardige televisienetten. Allebei *generalistisch*, dus niet voor doelgroepen en ook geen themanetten maar zenders met een complete programmamix, die een gemiddelde kijker een hele avond lang kunnen boeien. TV1 profileert zich als het verbredende net, TV2 wordt het verdiepende net en zal opgesplitst worden in een net voor kinderen (het latere Ketnet) en een net voor volwassenen (het latere Canvas).

Een sleutelement hierbij is dat het decreet van de Vlaamse Gemeenschap van 22 december 1995 sommige bepalingen van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie wijzigt. Met name de termen *kijk- en luistercijfer*, *bereikcijfer* en *waarderingcijfer* worden toegevoegd:

Art. 4 § 1 *"Als openbare omroep heeft de instelling de opdracht een zo groot mogelijk aantal kijkers en luisteraars te bereiken met een diversiteit van programma's..."*

Art. 4 § 2 *"De instelling verzorgt een kwalitatief hoogstaand aanbod in de sectoren informatie, cultuur, educatie en ontspanning. Prioritair moet de instelling op de kijker en de luisteraar gerichte informatie- en cultuurprogramma's brengen. Daarnaast worden ook sport, eigentijdse educatie, eigen drama en ontspanning verzorgd."*

Er wordt gestipuleerd dat het volledige aanbod gekenmerkt moet zijn door kwaliteit naar inhoud, vorm en taalgebruik. De publieke omroep moet streven naar kwaliteit, professionaliteit, creativiteit en originaliteit.

Art. 4 § 3 *"De programma's moeten bijdragen tot de verdere ontwikkeling van de identiteit en de diversiteit van de Vlaamse cultuur en van een democratische en verdraagzame samenleving. De instelling moet via de programma's bijdragen tot een objectieve en pluralistische opinievorming in Vlaanderen. Daarom moet ze streven naar een leidinggevende rol op gebied van informatie en cultuur."*

Ook belangrijk is de Beleidsnota Televisie van 2 september 1996 die zich, naast het decreet van de Vlaamse Gemeenschap van 22 december 1995, ook baseert op diepgaand onderzoek naar het gedrag van de Vlaamse kijker, uitgevoerd door Censydiam in opdracht van de toenmalige BRTN in de lente van 1996. Daarbij was vastgesteld dat *"de Vlaamse kijkers zich het meeste thuis voelen bij televisienetten met een complete genre-mix."* De onderzoekers hadden zes publiekssegmenten in kaart gebracht: de tv-verslaafden, de gezinskijkers, de meerwaardezoekers, de actieve ontdekkers, de spontane genietters en de rustelozen. Uit de gedetailleerde bevraging bleek dat twee van de zes geïdentificeerde publiekssegmenten een behoeftenpatroon vertoonden dat niet verenigbaar was met het decreet, dat van de tv-verslaafden en dat van de rustelozen.

Op 26 april 1977 start de BRT met zijn tweede tv-net. Na een beperkt experiment in 1973, gaat het tweede net dan definitief van start met een programmering op twee avonden per week. Vanaf 18 oktober zendt het tweede net vier avonden per week uit. Het verzorgt rechtstreekse uitzendingen van culturele en sportieve evenementen. Daarnaast zijn er programma's voor doelgroepen: volwassenenvorming, schooltelevisie en taallessen. TV2 groeit van jaar tot jaar, maar een volwaardig net met een duidelijk profiel is het voorlopig nog niet.

De beheersovereenkomst 1997 – 2001 stipuleert vervolgens: *"Televisie heeft als opdracht een zo groot mogelijk aantal Vlamingen te bereiken met een diversiteit aan programma's die erop gericht zijn de belangstelling te wekken."* Deze strategische doelstelling wordt vertaald in meetbare performantiemaatstaven.

Enkele voorbeelden:

- Televisie streeft ernaar met zijn 2 netten samen op weekbasis 76 % van de bevolking ten minste 15 minuten opeenvolgend te bereiken.

- Televisie streeft ernaar met de totaliteit van zijn journaal, duidings- en informatiemagazines gemiddeld per dag 1,5 miljoen kijkers te bereiken.
- Televisie streeft ernaar met zijn ontspannings- en fictieprogramma's een gemiddelde waardering van 75% te behalen.
- Televisie zal in zijn programma's een gevarieerd gamma cultuuruitingen aan bod laten komen.
- Televisie zal zijn educatieve opdracht ter harte nemen.
- Televisie streeft ernaar dat het aandeel van de Vlaamse TV-producties en van de coproducties ten minste 50 % bedraagt van de totale output uitgezonden tussen 18 en 23 uur.
- Televisie zal vorm, inhoud, taalgebruik en vernieuwend karakter van zowel de eigen producties, de aangekochte programma's als de netaankleding kritisch evalueren.

Van TV2 naar Canvas

Om de uitbouw van het tweede net in goede banen te leiden, krijgt TV2 in 1996 een eigen netmanager, Herman Pauwels. Hij maakt werk van een sterke profilering met verschillende ingrepen, waarvan een aantal lange tijd meegaan. Elke dag krijgt een bepaalde klemtoon (bijv. human interest op maandag). Er wordt gestreefd naar kwalitatieve verbetering door aankoop van prestigieuze reeksen (bijv. *Pride & Prejudice*). Humoristische programma's frissen het imago op, en het brengen van een krimi-reeks wordt de sleutel tot het latere succes. Het draagt namelijk bij tot herkenning en erkenning. De eigen programma's zijn voorlopig nog ongelijk in lijn en kwaliteit. Sommige doen het vrij behoorlijk, maar toch zal geen van hen TV2 overleven. De cultuurprogramma's kennen weinig succes, en ook de weinig bekeken educatieve programma's zullen allemaal verdwijnen.

Een eerste keerpunt komt er in september 1997. Voordien werd het TV1-journaal om 19.30 uur overgenomen, maar vanaf dan krijgt TV2 een eigen *Journal* om 20 uur.

Een ingreep die het marktaandeel van TV2 behoorlijk doet stijgen, en het kijkcijferprofiel van een TV2-avond vertoont vanaf dan doorgaans twee pieken: het eigen *Journal* en *Terzake* (dan nog een apart programma, om 22 uur). De opdracht voor de toekomst is duidelijk: dit profiel doorbreken en een meer gelijkmatige curve realiseren. Alleen, op dat vlak stelt zich een probleem dat wordt geïllustreerd door de reacties op de fictieserie *Terug naar Oostendok*. In het najaar van 1997 is die op TV2 te zien. Er komt heel wat kritiek op wat ervaren wordt als 'een verbanning naar het tweede net'. TV2 wordt dus nog altijd niet als een volwaardig net beschouwd. Hoog tijd voor een nieuwe aanpak en een nieuwe naam.

Op 1 december 1997 maakt TV2, zoals al aangegeven, plaats voor twee nieuwe netten: Ketnet (tussen 17 en 20 uur) en Canvas (tussen 20 en 24 uur). Een verrassende naam, want *canvas*, dat staat volgens het woordenboek voor "sterk, ongebleekt weefsel van hennep of vlas voor sterke kleding, zeildoek, tentdoek en doek voor schilderijen." In Vlaanderen is het woord ook bekend als vloerbekleding van een boksring ("kennismaken met het canvas"). Een naam die dus verwijst naar avontuur, reizen, kunst en sport, en laat dat nu net thema's zijn die Canvas aan het hart liggen. Als logo wordt gekozen voor het legendarische vierkantje met een vierkant gat erin, de stilerings van de lijst rond een schilderij. Dat schilderij is Canvas, het nog

onbeschildeerde doek, waar alles kan en alles mag. De lijst rond Canvas vormt zo een venster op de wereld.

Canvas wil zich profileren als het originele en uitdagende net, wars van oppervlakkigheid en banaliteit. Het brengt kritische informatie, ook op het vlak van de sport. Een brede waaier aan interessante, culturele en educatieve programma's wordt afgewisseld met spannende fictie van hoge kwaliteit. Er is ruimte voor talrijke ontspannende programma's, altijd met een typisch eigenzinnig karakter. Het net richt zich tot de meerwaardezoeker en de actieve ontdekker uit het Censydiam-onderzoek. Samen zijn ze goed voor 30% van het potentiële publiek aan Vlaamse kijkers. Het gaat voor een groot deel om hoger opgeleiden, maar daarnaast wil Canvas toegankelijk blijven voor een brede groep. Het is uitdrukkelijk niet de bedoeling om elitaire televisie te maken. De slogan van Canvas luidt met een knipoog: "Na u de interessantste thuis!"

De positionering van Canvas wordt: zich prioritair richten tot de meerwaardezoekers en de actieve ontdekkers. "Het net moet tegemoetkomen aan het streven van de Vlaamse kijkers naar meerwaarde, bekwaamheid en zelfbewustzijn." De Beheersovereenkomst 1997-2001 bepaalt o.a.: "Het verdiepende net wil diegenen aanspreken die zoeken naar meerwaarde, bekwaamheid en zelfbewustzijn. Het beantwoordt aan het ideaal van een belangrijke minderheid. Het is een informatief, leerrijk en deskundig net. Het is complementair op informatief vlak en differentieert zich van het verbredende net door uitdiepende nieuws- en duidingsprogramma's. De profilering van het verdiepend net wordt als volgt gedefinieerd:

- Beantwoordt aan het ideaal van 30 % van de Vlaamse kijkers.
- Is een informatief, leerrijk en deskundig net met een afwisselende programmamix.
- Complementair op het gebied van informatie, via uitdiepende nieuws- en duidingsprogramma's.
- Brengt intellectuele én gevoelsgerichte programma's over cultuur, wetenschap en algemene educatieve onderwerpen.
- Besteedt uitgebreid aandacht aan sportactualiteit en -duiding.
- Ontspannende programma's reflecteren het aparte, originele karakter van het net.
- Elke dag zijn er naast aangekochte, ook zelf geproduceerde programma's.

De doelstellingen zoals zij werden vastgelegd in het decreet en zoals zij volgen uit de strategie, werden concreet en meetbaar gemaakt aan de hand van performantiemaatstaven. Culturele en educatieve programma's bijvoorbeeld, moeten een duidelijk bepaald percentage van de bevolking bereiken. De strategie om publieksvriendelijkheid te bereiken, past het proces van productie en programmering aan.

De beheersovereenkomst 2002-2006 bouwt hierop verder, ze definieert bovendien de aspecten van audiovisuele kwaliteit en voert een kwaliteitsbewakingsstelsel in: "De openbare omroep zal zich nog meer profileren als kwaliteitszender. Hiertoe wordt een kwaliteitsbewakings- en verbeteringssysteem opgezet voor het geheel van zijn programmering, inclusief aangekochte en extern geproduceerde programma's. Hierin wordt aandacht besteed aan de volgende aspecten van het begrip kwaliteit: kwaliteit m.b.t. de publieke opdracht, functionele kwaliteit, ethische kwaliteit, operationele kwaliteit en professionele kwaliteit. Canvas richt zich tot diegenen die op het moment dat ze kijken eerder zoeken naar meerwaarde, bekwaamheid en zelfbewustzijn. Het beantwoordt aan het ideaal van een belangrijke minderheid. Het is een informatief, leerrijk en deskundig net. Het is complementair op informatief vlak en differentieert zich van het verbredende net door uitdiepende nieuws- en duidingsprogramma's, met o.m. aandacht voor

parlementaire werkzaamheden, door het publiek als hoogstaand gepercipieerde sportprogramma's en door eigenzinnige ontspannende programma's."

In het voorjaar van 1999 wordt Herman Pauwels hoofd van de sportredactie. Hij wordt als netmanager vervangen door Peter Suetens, voorheen productiemanager. Het aantal trouwe kijkers neemt gestaag toe, en eind 1999 is Canvas de grootste van de kleine zenders. In juni 2000 wordt Peter Suetens hoofd van de e-VRT. Hij wordt als netmanager van Canvas vervangen door Leo De Bock. Het net groeit verder, ondanks de zware concurrentie. De merknaam Canvas is intussen een begrip geworden in Vlaanderen.

Het succes van Canvas wordt gebouwd op drie pijlers: *information* (duiding en documentaires), *novelty* (met humor als boegbeeld) en *mystery* (fictie, vooral thrillers en detectives). Een aanpak die aanslaat, want Canvas verbreedt zijn kijkersbasis voortdurend. In de zomer 2002 wordt Leo De Bock hoofdredacteur van de nieuwsdienst. Bettina Geysen, voorheen adjunct-netmanager, wordt de nieuwe netmanager. Dat blijft ze tot de lente van 2003. Dan volgt journalist en programmamaker Johan Op de Beeck haar op aan het hoofd van Canvas. In het voorjaar van 2007 neemt Jan Stevens de fakkel over, en in januari 2008 staat hij aan de wieg van de geslaagde vernieuwde Canvas. In april 2011 neemt Mark Coenen zijn taak over.

Canvas, de eerste pijlers

Nieuws en duiding – Een belangrijk moment is de geleidelijke invoering van een hecht informatieblok tussen 20 en 21 uur in 1998, door *Terzake* meteen bij het *Journal* te laten aansluiten. In september 1999 wordt het informatieblok doorgetrokken naar het weekend met *Zinzen* op zaterdag en *Panorama* op zondag. Canvas werkt van bij zijn ontstaan zonder omroep(st)ers, maar alle programma's in prime time krijgen wel een eigen gezicht. Voor het *Journal* en *Terzake* is dat evident, maar die lijn wordt ook doorgetrokken naar de meeste andere programma's.

Documentaires - Een andere krachtlijn die in 1998 wordt ingezet is het groeiend aantal documentaires. Aangekocht materiaal, maar daarnaast is er ook veel eigen productie (*Kwesties*, *Histoires*). De aanslagen van 11 september verheven de nieuwshonger aanzienlijk. Canvas speelt hier zoveel mogelijk op in en profileert zich meer dan ooit als het referentiepunt voor informatie en duiding. Documentaires en reportageprogramma's zijn goed voor een kwart van de uitzendtijd. Opmerkelijk is het groeiende succes van het nieuwe programma *Bewogen leven*, waarin toegankelijke auteursdocumentaires een kans krijgen.

Fictie en humor - Canvas biedt in het begin vooral Britse thrillers, historisch drama en komische reeksen. Op dat laatste vlak speelt het een baanbrekende en toonaangevende rol op het vlak van de intelligente humor, zowel met eigen producties als in aankoop. 1999 is op dat vlak een vruchtbaar jaar, met als blikvanger qua kijkcijfers de tweede en laatste reeks van *Alles kan beter* met Mark Uytterhoeven. Het volgende succesnummer is *De Mannen van de macht*, het debat-spel waarin de partijvoorzitters Marc Reynebeau en André Mertens elkaar bestrijden, terwijl Jan Verheyen de orde probeert te handhaven. In 2001 volgt het

legendarische *In de gloria*, waarin de gemediatiseerde maatschappij op de korrel wordt genomen.

Sport – Het voetbal komt aanvankelijk uitvoerig aan bod op woensdag (*Champions League*) en op zondagnamiddag is er *Sportpaleis*. Wielrennen is en blijft één van de meest geliefde sporten in ons land, en de voorjaarsklassiekers halen op Canvas uitzonderlijk hoge cijfers. Kim Clijsters en Justine Henin laten het hele net meedeinen op het ritme van een ware tennishype, en ook andere sporten zorgen voor hoogtepunten: motorcross met Stefan Everts, judo met Gella Vandecaveye... en als klap op de vuurpijl de verkiezing van Dr. Jacques Rogge tot IOC-voorzitter, allemaal te volgen op Canvas.

Cultuur – Van bij het begin is er veel aandacht voor cultuur. Op Canvas is er ruimte voor een talkshow (*Leuven Centraal*), een magazine (*Link*), een podiumreeks (*Plankenkoorts*) en documentaires. Zowel de talkshow als het magazine bereiken doorgaans meer dan 100.000 kijkers, wat een merkelijke verhoging is in vergelijking met eerdere kunstprogramma's. In *Plankenkoorts* is naast klassiek overigens ook af en toe ruimte voor het meer populaire genre, zoals Boudewijn de Groot.

Film – Vanaf 1999 brengt Filmfan op woensdag in prime time een hoogstaande, maar toegankelijke film. Vrijdag laat is er ruimte voor een veeleer cinefiele productie.

Quiz - De legendarische quizmaster Herman van Molle verraste de kijkers met een origineel concept in *Damesdubbel*, een quiz voor uitsluitend vrouwelijke kandidaten.

Talkshow - *Wijlen de week* met Bruno Wyndaele is de opvolger van *Leuven Centraal*, en Canvas brengt ook de reeks *Spraakmakers*, waarin wisselende interviewers een verdiepend gesprek voerden met spraakmakende mensen uit de meest diverse milieus. De lijst van geïnterviewden is vrij uniek in de annalen van de Vlaamse televisie. Ze bevat namen als Umberto Eco, Salman Rushdie, Peter Greenaway en Günter Grass, de Dalai Lama, atleet Michael Johnson en computermagnaat Bill Gates.

Canvas 2008 – ‘Het nieuwe Canvas’

Hoewel het goed gaat met Canvas, zet netmanager Jan Stevens toch een grote vernieuwingsoperatie in. “Canvas vernieuwt omdat ‘niet slecht’ net niet goed genoeg is,” stelt hij. “Als verdiepend kwaliteitsnet is Canvas het zichzelf verplicht de lat steeds hoger te leggen. Met deze vernieuwingsoperatie willen we vermijden dat Canvas gaat drijven op gemakzucht en zelfgenoegzaamheid. Met nog meer eigenzinnige creatieve programma's willen we een voortrekker zijn in een snel veranderend medialandschap en maken we van gedurfde en intelligente televisie ons handelsmerk. Op het vlak van informatie, cultuur, geschiedenis, fictie, sport, humor én wetenschap willen we meer dan ooit de referentie worden.”

Bij deze vernieuwing staat de kijker centraal. Gebruiksvriendelijkheid en structuur worden daarom absolute basisprincipes. Het programmaschema met vaste afspraken zorgt ervoor dat de kijker gemakkelijker zijn of haar weg kan vinden in het gevarieerde aanbod. Canvas biedt bijvoorbeeld meteen na *Terzake* ontspannende en gedurfde humor. Maandag, dinsdag en donderdag worden sterk informatief ingevuld, terwijl woensdag, vrijdag en zaterdag met humor en fictie veeleer ontspanning bieden. Zo krijgt elk type programma een vaste plaats in het schema.

In de late avond wordt Canvas een verrassend televisielaboratorium waarin ruimte is voor minder voor de hand liggende en innovatieve televisie.

Daarnaast wil Canvas meer zijn dan een analoog televisiekanaal. De website canvas.be wordt meer dan ooit een volwaardig deel van Canvas, waar plaats is om te ontdekken en actief te participeren aan programma's, evenementen en acties. Een uitgebreid digitaal aanbod maakt het bovendien mogelijk verder te verdiepen of live evenementen vanop de eerste rij mee te maken. Door de combinatie van televisie, internet en 'on demand' diensten biedt Canvas op ieder moment een zinvol alternatief aan een publiek met individuele, uiteenlopende interesses.

"Canvas blijft de referentiezender, zowel voor de avontuurlijke kijker die op zoek is naar nieuwe, verrassende programma's, als voor de kijker die zijn kennis wil vergroten en verdiepen," besluit Stevens zijn voorstelling van het nieuwe Canvas.

Wat betekent het concreet op het scherm? Het kind wordt uiteraard niet met het badwater weggegooid, en dus blijft er plaats voor een rist klassiekers die Canvas in de loop der jaren hebben grootgemaakt en vice versa. De documentairereeks *Belga Sport*, reeks vier van *Het Peulengaleis*, het derde seizoen *Comedy Casino*, en tweede edities van het crossmediale cultuurmagazine *Lux* en van *Mijn moeder*, met interviews waarin Phara de Aguirre de bijzondere relatie belicht tussen een moeder en één van haar volwassen kinderen. Er wordt ook zwaar ingezet op het actua-front met een vernieuwde *Terzake*, *Panorama*, en drie nieuwe programma's. In de talkshow *Phara* praten Phara de Aguirre en Lieven Van Gils over de brandende en iets minder brandende actualiteit in binnen- en buitenland, *De keien van de Wetstraat* is een duidingsmagazine over de politieke actualiteit waarin Kathleen Cools en Ivan De Vadder met een politieke gast terugblikken op de voorbije week, en met *Vranckx* komt er een reportagemagazine dat verslag uitbrengt over de grote brandhaarden op het wereldtoneel en over de verraderlijk smeulende vuurtjes die al te vaak over het hoofd worden gezien.

Ook nieuw zijn *Verloren land*, een programmareeks die op zoek gaat naar de familiegeschiedenis van een aantal interessante, bekende Vlamingen, de vierdelige reeks *Bobslee: Operatie Winterberg* waarin we volgen hoe een Belgisch, vrouwelijk bobsleeteam zich klaarmakkt voor de Olympische Winterspelen van 2010, en in *China voor beginners* onderzoeken tien Vlaamse persoonlijkheden hun eigen vakgebied in het mysterieuze maar constant veranderende land. Later op het jaar volgen o.a. het eigenzinnige reisprogramma *Weg met De Soete*, *Iets met Boeken*, *Wildcard: Tanzania*, en het debuutseizoen van *Plat préféré* met de dan nog weinig bekende Jeroen Meus. Schaduwvlekje: de heisa die ontstaat wanneer bekend geraakt dat ook de lievelingsschotel van Hitler op Meus' lijst staat. De aflevering wordt uiteindelijk niet uitgezonden.

"We hebben veel tijd en energie gestoken in de ontwikkeling van nieuwe eigen programma's," licht Jan Stevens de gevolgde strategie toe. "We hebben risico's genomen en flink wat nieuwe mensen in het soms erg diepe water gegooit."

Canvas 2009 – 'Canvas aanbevolen door Canvas'

'Canvas fris houden' is het credo voor 2009, en dat is een continu proces. Het is steeds zoeken naar een subtiel evenwicht tussen geslaagde programma's ruimte geven om door te groeien, maar ondertussen ook blijven innoveren, experimenteren

en kansen bieden aan nieuwe en creatieve ideeën en getalenteerde televisiemakers. Een opvallende nieuwkomer in het voorjaar is bijvoorbeeld *Tournée générale*, waarin Jean Blaute en Ray Cokes de kijker meenemen op een verfrissende *road trip* door bierland België. Canvas vervult ook nadrukkelijk zijn laboratoriumfunctie. Met *Puur persoonlijk* krijgen jonge documentairemakers de kans zich te bewijzen, de kunstenaarsdocumentaire krijgt weer een plaats op het net in *Goudvis* en *Zonde van de zendtijd* laat Vlaanderen kennismaken met twee nieuwe en tot dan toe onbekende schermgezichten, Henk Rijckaert en Bert Gabriëls. *De Canvascrack* blijft - intussen al sinds 2001 - de zomerse sterkhoudster bij uitstek, en het najaar wordt dat van de rijping en de fijnere afwerking. Series die bij het eerste seizoen met enige reserve werden bekeken en waar soms nog wat schraafwerk aan was, keren nu terug om zichzelf te bevestigen. Daarnaast zijn er ook een aantal nieuwe producties die voor extra spanning en innovatie in het schema zorgen. Bij het begin van het nieuwe voetbalseizoen wordt het magazine *Extra Time* opgestart. Na China volgt nu *India voor beginners*, er is de grensverleggende wetenschappelijke reisreeks *Beagle, in het kielzog van Darwin*, en *Meneer dokter* is een historische verhalenreeks over de belevenissen van huisdokters in de jaren '40 tot '60. De tweede reeks van *Belpop* brengt zes nieuwe documentaires over iconen van de Belgische popmuziek en in *Plat préféré* gaat Jeroen Meus opnieuw op zoek naar de band tussen bekende historische figuren en hun favoriete gerechten. *Spraakmakers* blijft verrassende Vlaamse interviewers koppelen aan spraakmakende internationale gasten voor een diepgaand gesprek over leven en werk, en *Hoge Bomen* kijkt met nieuwe portretten van opmerkelijke figuren uit het Belgische establishment achter de schermen van diverse maatschappelijke arena's.

"Canvas is rijper geworden," concludeert Jan Stevens. "Een beetje als een goeie wijn die stilaan op jaren komt." En die wijn valt duidelijk in de smaak, want Canvas krijgt er in 2009 heel wat kijkers bij. Het marktaandeel is sinds 2003 nooit zo hoog geweest (9,7%) en uit onderzoek blijkt dat Canvas veruit de meest gewaardeerde zender is in het Vlaamse televisielandschap. En dat succes is niet alleen te danken aan voetbal of breed toegankelijke amusementsprogramma's. Wie had durven vermoeden dat een historisch archiefprogramma met diepgaande zetelgesprekken met oudere huisdokters zoals *Meneer dokter* meer dan 20% marktaandeel zou halen? Dat *Belpop* wekelijks goed zou zijn voor meer dan 200.000 kijkers? Ook zelfgemaakte documentaires over ruimtevaart en over de val van de Muur doen het erg goed, en de nieuwsdienst blijft hoge toppen scheren met het vernieuwde *Terzake*, *Phara*, *Vranckx* en *Panorama*.

Canvas 2010 - 'Nog meer noodzakelijke televisie'

'Besparingen' is het sleutelwoord binnen de hele VRT, maar de programmamakers blijven hun werk doen, efficiënter en met nog meer inzet dan ooit tevoren. Canvas slaagt erin zijn kijkers ook in economisch moeilijke tijden heel wat gloednieuwe programma's aan te bieden en ook nieuwe edities van reeksen en formats die hun waarde de voorgaande seizoenen al bewezen hebben. *Zonde van de zendtijd* is terug voor een tweede seizoen, Bart Peeters brengt het betere koppelwerk in de tweede jaargang *Mag ik u kussen?* en *Comedy Casino* begint aan zijn vijfde reeks. In het voorjaar praat Wim Opbrouck in *In de keuken* met topchefs over hun leven en werk, en Pascal Verbeken en Luckas Vander Taelen tekenen voor *Arm Wallonië, een reis door het beloofde land*. Een driedelige documentaire over de 500.000

Vlamingen die jaren geleden het arme Vlaanderen ontvluchtten om hun fortuin te zoeken in het industrieel welvarende Wallonië. Sven Speybrouck vertelt in *Publiek geheim* elke week een minder bekend stukje Belgische en internationale geschiedenis aan de hand van bijna vergeten plaatsen en gebouwen. Beklijvende topsport is er met *De Flandriens*, een zesdelige reeks over de geschiedenis van de Ronde van Vlaanderen en Parijs-Roubaix.

Canvas doet ook een extra inspanning voor cultuur. In het nieuwe *Cobra TV* maakt Frieda Van Wijck wekelijks een selectie uit het brede cultuuraanbod. *Cobra TV* is meteen ook de voorbode van het nieuwe online-cultuurplatform *Cobra.be*. Er is ook een nieuwe, nationale editie van *De Canvascollectie*, deze keer in samenwerking met de RTBF.

Blikvangers uit het buitenland zijn o.a. de *Millennium*-trilogie, *True blood* en *The killing*, drie absolute topreeksen. *True blood* is aangekocht samen met de digitale zender Acht, voor de najaarsdocu-reeks *De slag om Brussel* gaat Canvas in zee met de Nederlandse collega's van VPRO en *Wildcard Myanmar* komt tot stand in samenwerking met de Universiteit Antwerpen en DGOS. Samenwerkingen die niet alleen budgettair maar ook en vooral inhoudelijk een verrijking zijn voor Canvas. Canvas kijkt in het najaar meer dan ooit gretig naar de wereld en gaat daarbij op zoek naar onderwerpen die de mensen bezighouden of aanbelangen. Elke dag biedt de zender een verrassend informatieve blik op de actualiteit in *Reyers Laat*, de opvolger van *Phara*, die zelf de leefwereld van de jeugd van tegenwoordig verkent in *Zeven dagen jong*. Verder presenteert de zender ook twee nieuwe, zeer eigenzinnige comedy-reeksen: Hugo Matthysen exploreert in *Anneliezen* zonder enige schroom zijn vrouwelijke hysterische zelf, en Herwig Ilegems een geheel nieuwe invulling aan het genre humor in *Duts*.

Het totaalplaatje levert een uitstekend eindejaarsrapport op. Canvas is in 2010 uitzonderlijk goed bekeken, zo blijkt. Het gemiddeld marktaandeel ligt op 10,6%, het hoogste ooit. Uiteraard speelt het WK voetbal in Zuid-Afrika daarin een rol, maar ook zonder voetbal eindigt Canvas op een zeer hoog marktaandeel van 9,6%.

Bovendien worden vele Canvas-programma's – vooral fictie en humor - almaar meer uitgesteld bekeken. Voor sommige programma's zijn er ondertussen bijna evenveel mensen die uitgesteld kijken als live. Opvallend is ook dat Canvas erin geslaagd is zijn marktaandeel sterk te laten groeien binnen de groep van 25 tot 34 jaar, en dat zonder de oudere kijkers te verliezen. De afgelopen vier jaar is het marktaandeel in die groep met maar liefst 30 % gestegen (van 8% in 2007 tot 10,4 % in 2010). Nieuwe reeksen als *Zonde van de zendtijd*, *Top gear*, *True blood*... spelen een uiteraard belangrijke rol in deze verjongingsoperatie.

Van januari tot april haalde Canvas in zijn uitzendband (20-26 u.) een gemiddeld marktaandeel van 9,9%. Dat is ruim 10% meer dan in dezelfde periode in 2008 (8,7%) en 2009 (9%). Die winst is ten dele toe te schrijven aan sportprogramma's, maar lang niet helemaal. Een aantal programma's die vorig jaar zijn opgestart, hebben in hun tweede seizoen hun potentieel meer dan bevestigd. Zo haalt *Zonde van de Zendtijd* gemiddeld 561.000 kijkers, een marktaandeel van 21.9% en een gemiddelde waardering van liefst 8.5. Indrukwekkende cijfers voor Canvas. Ook de tweede reeks van *Mag ik kussen?* doet het uitstekend, met gemiddeld 349.000 kijkers, 14,3% marktaandeel en een waardering van 8.1.

In het najaar springen twee programma's in het oog. *Reyers Laat* heeft zich op korte tijd gepositioneerd als waardige opvolger voor *Phara*. Dit blijkt niet alleen uit de kijk- en waarderingscijfers, maar ook uit de vele lovende publieksreacties. Een onverwachte hit is *Duts*. Zoals de meeste humorprogramma's redelijk polariserend, maar van bij de start al één van de best bekeken Canvas-programma's van 2010.

Programma's als *Bobslee: Operatie Winterberg* en *De Canvascollectie* getuigen dan weer van de mobiliserende kracht van Canvas. Dankzij Canvas heeft zich voor het eerst in de geschiedenis een Belgisch vrouwenbobsleeteam kunnen kwalificeren voor de Olympische Winterspelen, en *De Canvascollectie* wordt een eclatant succes, met 7900 deelnemers en 24.000 kunstwerken. "Innovatie rendert, zo blijkt dus eens te meer," is de conclusie, "vooral wanneer de nieuwe programma's en initiatieven de kans krijgen om zich te ontwikkelen. Dat is het ook wat onze kijkers het meest waarderen aan Canvas: constante kwaliteit en verrassend vernieuwende programma's die de tijd krijgen om hun waarde te bewijzen."

Canvas 2011 - 'Mijlpaalactualiteit'

Zwaartepunt in de eerste helft van het jaar zijn een aantal programma's rond 50 jaar Congolese onafhankelijkheid. Canvas blikst terug op de woelige geschiedenis van het land, zowel voor als na de onafhankelijkheid, en gaat ook op zoek naar het Congo van vandaag. Het koninginnenstuk in het aanbod is *Bonjour Congo*, waarin Rudi Vranckx een avontuurlijke reis doorheen onze ex-kolonie maakt. *Bonjour Congo* krijgt ook een uitgebreid online-luik, met allerlei extra's en een interactief project dat een inventaris wil opmaken van de Congolese erfenis in ons land. Speciaal voor het Congo-project heeft de VRT in het kader van zijn DIVA-project verder zijn volledige Congo-archief in kaart gebracht, ontsloten en gedigitaliseerd. Een schat van archiefbeelden die volop gebruikt worden in de programma's en op de websites rond 50 jaar Congo.

Drie jaar na *De Weg naar Mekka* is Jan Leyers terug op Canvas met een nieuwe reisreeks. In *De Weg naar het Avondland* trekt hij vanuit de wieg van de mensheid in het verre Ethiopië en volgt hij de weg die onze voorouders hebben afgelegd naar het Europa van vandaag. Bart Peeters keert voor een allerlaatste keer terug met *Mag ik u kussen?* en Sven Speybroeck onthult in de nieuwe reeks afleveringen van *Publiek geheim* o.a. een mysterie in de tuin van de VRT. *Comedy Casino* krijgt voor zijn zesde seizoen een flinke opfrisbeurt, met o.m. de nieuwe *master of ceremony* Bert Gabriels. Nieuw maar toch niet helemaal is de eigenzinnige selectie van Dimitri Verhulst en Manu Riche uit het legendarische RTBF-reportageprogramma *Striptease*, een rauwe en radicale versie van *Man bijt hond* met opmerkelijke verhalen uit Vlaanderen, Wallonië en Brussel. Helemaal nieuw is *Alles voor de wetenschap*, een documentaire-reeks rond zes spraakmakende Belgische wetenschappers met internationale faam. De focus ligt zowel op hun persoonlijke verhaal als op hun onderzoek en op de impact daarvan op ons dagelijks leven.

Sterkhouder in de Canvas-zomer is het alweer 10^{de} seizoen van *De Canvascrack*, dat ook in 2011 uitstekende kijk- én waarderingscijfers haalt. Op naar het najaar, dat begint met een extra service: *Terzake* wordt vanaf 29 augustus live ondertiteld. Daarmee komt de teletekstredactie tegemoet aan de vraag van diverse doelgroepen en wordt een nieuwe stap gezet in het traject naar een volledige ondertiteling van alle duidingsprogramma's van de VRT.

Canvas bereidt zich intussen ook voor op zijn toekomst als volwaardig tweede kanaal van de VRT. Mark Coenen gaat voor duidelijkere vaste afspraken met de kijker en wil van zijn net op termijn een "meer actuaagedreven net maken". Canvas moet veel aandacht hebben voor de actualiteit van de dag, wil programma's over

actuele maatschappelijke thema's brengen en focust ook op de zogenaamde 'mijlpaalactualiteit'.

Enkele najaarsprogramma's passen al binnen dat nieuwe actua-kader. In *De vloek van Osama*, trekt Rudi Vranckx de wereld rond op zoek naar de erfenis van 9/11. *Back in the USSR* brengt Stefan Blommaert en Jan Balliauw dan weer naar het Rusland van vandaag, twintig jaar na de val van de Sovjet-Unie. In de docureeks *Te Gek* onderzoekt Annick Ruyts hoe het werkelijk is gesteld met onze geestelijke gezondheid anno 2011, en met *Triq Slama Mohamed* is er een boeiend tweeluik dat stilstaat bij het actuele migratievraagstuk.

Nieuws en duiding, documentaires, cultuur, fictie, humor en sport blijven de hoekstenen van de Canvas-programmering. Het nieuwe cultuurprogramma *De Canvasconnectie* laat de kijker kennismaken met het recente werk van kunstenaars en vormgevers. In *De patat* gaat Jeroen Meus op zoek naar de geschiedenis van de aardappel, Pieter Embrechts staat in *Man over Woord* stil bij de schoonheid en de geheimen van onze taal, en *Drie generaties* stelt families voor die al drie generaties lang hetzelfde beroep uitoefenen en daarbij zijn mee geëvolueerd met de maatschappelijke veranderingen. Later in het najaar volgt de bejubelde Vlaamse fictiereeks *Red Sonja*, met Sien Eggers en Charlotte Vandermeersch in de hoofdrol. *Panorama* ondergaat een kleine revolutie. Het programma keert terug naar zijn vertrouwde donderdagavond en Phara de Aguirre neemt de presentatiefakkel over van William Van Laeken, die met pensioen gaat. De eerste aflevering van het nieuwe seizoen ontketent meteen ook een kleine revolutie met de reportage *Voor wie de klok luidt*, over intriges bij de Hasseltse politie.

Netmanager Marc Coenen kan aan het eind van het jaar tevreden terugblikken. "Zowat al onze nieuwe Vlaamse programma's werden door de kijkers bijzonder geapprecieerd," maakt hij de balans op. "Zeven van de tien best bekeken Canvasprogramma's dit najaar zijn Vlaams, vijf daarvan werden recent gelanceerd of vernieuwd. Tussen 1 oktober en 6 december haalde Canvas zo een marktaandeel van 10,1%, maar liefst 1,4% hoger dan in diezelfde periode een jaar geleden."

De beheersovereenkomst 2012-2016

De nieuwe Beheersovereenkomst geeft de VRT als openbare omroep in zijn geheel een specifieke rol binnen het Vlaamse omroepbestel met deze zes krachtlijnen:

- 1. Aandacht voor alle Vlamingen:** De VRT bereikt alle Vlamingen. De VRT levert extra inspanningen om een zo groot mogelijk en gevarieerd publiek te bereiken, waaronder senioren, jongeren, nieuwe Vlamingen, lager opgeleiden, mensen met een handicap en mensen in armoede. Zij zorgt ook voor een genuanceerde beeldvorming van specifieke doelgroepen. De VRT doet dit met een inclusief generalistisch aanbod.
- 2. Publieke meerwaarde en kwaliteit:** De VRT staat garant voor een hoge kwaliteitsstandaard. De VRT realiseert maatschappelijke meerwaarde in alles wat ze doet en versterkt deze meerwaarde door meer nadruk te leggen op de publieke en ethische kwaliteit. In haar opdracht is de VRT niet gedreven door commerciële en politieke belangen. Binnen haar publieke opdracht zet de VRT in op diversiteit, onafhankelijkheid en pluriformiteit. Ze draagt op die manier bij tot een vernieuwende, warme en duurzame samenleving.

Alle kwaliteitsinitiatieven en –instrumenten worden tot één coherent en transparant geheel geïntegreerd, dat toelaat om de kwaliteit (inclusief de publieke meerwaarde) continu op te volgen en te verbeteren.

3. **Open en transparant:** De VRT is een open en transparante organisatie. De VRT leeft de afspraken na die zij daaromtrent maakt met de overheid.
4. **Samenwerken:** Via samenwerking werkt de VRT maatschappij- en sectorversterkend. De VRT zet een structureel belanghebbendenbeheer op en creëert samenwerkingsverbanden.
5. **Creativiteit en efficiëntie:** Creativiteit en efficiëntie moeten ingebakken zitten in de cultuur en alle werkmethodes van de VRT. De VRT zet onder meer in op talentmanagement en duurzaam en maatschappelijk ondernemen.
6. **Innovatie**

De VRT zet een interne innovatiearchitectuur op met het oog op middellange termijn-doelstellingen. De VRT zal daarnaast ook partner zijn in het Media Innovatie Centrum.

Binnen de perken van het mediadecreet en de bepalingen van deze beheersovereenkomst stelt de VRT hierbij autonoom haar aanbod- en uitzendschema vast, en bepaalt zij autonoom op welke wijze het aanbod aan het publiek wordt aangeboden. Zij kiest binnen de klijtlijnen van deze beheersovereenkomst autonoom de naam van haar producten en netten en beslist autonoom over het te voeren operationeel beleid dat de realisatie van de strategische en operationele doelstellingen en het behalen van de performantiemaatstaven moet mogelijk maken.

Belangrijk is dat de VRT volgens de nieuwe beheersovereenkomst over 3 volwaardige TV-kanalen kan beschikken om haar uitgangspunten m.b.t. inclusiviteit, actua-gedrevenheid en een aanbod voor specifieke doelgroepen (kinderen, jongeren) te kunnen waarmaken: Eén, Canvas dat dus ook vóór 20u ruimte krijgt voor uitzendingen, en een Ketnet-kanaal waarin na 20u specifiek doelgroepen bediend worden.

De rol van Canvas hierin wordt omschreven als een volwaardig generalistisch, actua-gedreven, informatief en verdiepend televisienet. Canvas kijkt breed geïnteresseerd en in de diepte naar de wereld. Het net biedt de mogelijkheid aan de kijker om aansluiting te blijven vinden bij deze complexe wereld en doet dit aan de hand van informatie, analyse en een dosis relativering. Wanneer de actualiteit hierom vraagt, wordt het programmaschema doorbroken door live uitzendingen. Canvas is er voor de mediagebruiker die op zoek gaat naar verdieping en persoonlijke verrijking. Het is ook een innovatief generalistisch net met een gediversifieerd programma-aanbod. De ingrediënten van de programmamix zijn informatie, cultuur, sport, documentaires, humor en fictie. De kernwaarden van Canvas zijn impact, geloofwaardigheid, exploratie, alertheid, uitdaging, geestigheid en gretigheid.

De VRT als geheel stimuleert de cultuurproductie in Vlaanderen, al dan niet in samenwerking of coproductie met de sector, en maakt deze toegankelijk voor een breder publiek. In dit kader investeert Canvas in de productie van onafhankelijke auteursgedreven projecten en in producties met minstens één nieuwe reeks auteursdocumentaires, wekelijks cinefiele nationale en internationale film, en jaarlijks minstens 15 nieuwe uitzendingen die achtergrondinformatie aanbieden over culturele stromingen, actuele trends of kunstenaars en artiesten.

Diversiteit: Iedereen verschillend, iedereen welkom

De VRT heeft sinds 2003 een diversiteitscharter. Maar net zoals de samenleving verandert, evolueert ook de visie op diversiteit. In 2011 start de VRT met een nieuwe aanpak. Daarbij staan drie doelstellingen centraal:

- De VRT wil alle Vlamingen bereiken.
- De VRT wil in haar programma's een correcte beeldvorming van alle groepen in de Vlaamse samenleving brengen.
- De VRT wil de diversiteit in de samenleving ook in haar eigen organisatie weerspiegelen.

Het Actieplan Diversiteit 2011-2012 formuleert vervolgens concrete initiatieven om de diversiteit bij de VRT te verbeteren. Ook de belangenverenigingen worden hier nauw bij betrokken.

Op 22 maart 2012 ondertekent gedelegeerd bestuurder Sandra De Preter een geactualiseerde versie van het diversiteitscharter. *Iedereen verschillend, iedereen welkom* drukt het einddoel van het diversiteitsbeleid van de VRT uit: de omroep zijn van en voor iedereen in Vlaanderen. Met het nieuwe charter wil de VRT vooral een genuanceerde kijk op diversiteit hanteren: mensen benaderen zonder hen in hokjes in te delen.

Het nieuwe diversiteitscharter:

De VRT is de omroep van en voor iedereen in Vlaanderen. Alle mensen moeten zich kunnen herkennen in wat we maken. We laten de samenleving zien zoals ze is en zijn voor iedereen toegankelijk.

De VRT respecteert mensen zoals ze zijn. Elke mens heeft meer dan één identiteit. We kijken daar met een open en genuanceerde blik naar en stoppen hem niet in een vakje.

We tonen wat ons verbindt en willen bruggen slaan tussen individuen, groepen, generaties en gemeenschappen. Zo bouwen we mee aan een harmonieuze en pluralistische maatschappij waarin iedereen zich thuis voelt.

De VRT wil zelf een voorbeeld zijn. Als werkgever staan we voor gelijke kansen en gelijkwaardigheid. We beoordelen mensen uitsluitend op hun talenten en bieden iedereen kansen om zich te ontplooiën.

Diversiteit verhoogt onze kwaliteit. Ze inspireert ons, en helpt ons te verbeteren en te vernieuwen.

Diversiteit is de rode draad door onze programma's en ons beleid. Er is bijgevolg op de VRT geen plaats voor intimidatie, uitsluiting en discriminatie op welke grond dan ook.

De VRT gaat ervan uit dat iedereen die voor ons werkt deze visie vanzelfsprekend vindt.

Diversiteit in de praktijk:

* De nieuwe Vlamingen zijn vertrouwd met de Vlaamse media, maar Marokkaanse, Turkse en Poolse Vlamingen verschillen onderling wel in hun kijk- en luistergedrag. Dat blijkt uit **een bereikstudie van IPSOS in opdracht van de VRT**, waarvan de resultaten bekendgemaakt worden op 8 oktober 2012. De VRT wordt als geheel positief beoordeeld door de drie groepen. Als het gaat over betrouwbaarheid, correcte weerspiegeling van minderheidsgroepen en de Vlaamse samenleving, aandacht voor verschillende culturen en aanbod van interessante informatie en duiding worden de VRT-zenders positiever beoordeeld dan de commerciële zenders.

* In het verlengde van deze studie maakt de VRT zijn **nieuwe Actieplan Diversiteit 2012-2013** bekend. De twee meest opvallende elementen zijn dat de VRT-televisienetten niet alleen **meer diversiteit** zullen brengen in hun programma's maar dat ze daarvoor ook **resultaatsverbintenissen** aangaan. En in zijn personeelsbeleid zal de VRT extra inspanningen leveren om **talent uit specifieke bevolkingsgroepen aan te trekken**.

* De VRT start op 3 december 2012 met het uitzenden van **Het Journaal van 19 uur met Vlaamse Gebarentaal**. Het programma is live te zien op deredactie.be en gratis opvraagbaar via Net Gemist (digitale televisie) en deredactie.be. Ketnet zendt *Karrewiet* dan al uit met VGT.

* De VRT maakt op 25 april 2013 bekend dat hij meer dan ooit inzet op een integrale aanpak van diversiteit. Vrouwen en nieuwe Vlamingen zijn bij de VRT goed voor respectievelijk 33,8% en 6,2% van de schermaanwezigheid. Daarmee haalt de openbare omroep de streefcijfers uit de beheersovereenkomst. Maar **de VRT wil verdergaan dan het halen van streefcijfers en komen tot een globale diversiteitscultuur in haar organisatie**. Doelgroepen en cijfers zijn een middel; een natuurlijke weerspiegeling van de samenleving waarin iedereen zich kan herkennen is het uiteindelijke doel.

* In juni 2013 steunt de VRT de nieuwe mediacampagne van Vlaams minister van Gelijke Kansen Pascal Smet ter bevordering van een **genueanceerde en positieve beeldvorming en bewustwording rond mensen met een beperking**. Verschillende netten hebben specifiek aandacht voor de campagne en het thema.

Canvas 2012 – ‘Meer Canvas’

Aansluitend op de nieuwe beheersovereenkomst maakt gedelegeerd bestuurder Sandra De Preter op de nieuwjaarsreceptie de data bekend waar iedereen naar uitkijkt: Ketnet zendt vanaf 1 mei 2012 uit op een apart kanaal. Na een overgangperiode van twee weken scheiden de wegen van Ketnet en Canvas op 14 mei volledig en beschikt ook Canvas over een volwaardig kanaal. Eerst is er uiteraard nog een boeiend voorjaar op Canvas met vier nieuwe programma's. *De Flandriens van het veld* is een zesdelige documentairereeks over de elf Belgische wereldkampioenen veldrijden bij de eliterenners, in *Rusland* voor beginners verkennen tien gerenommeerde Vlamingen de Russische samenleving in al haar facetten, en in *Nonkel pater* kijken oud-missionarissen voor een laatste keer achterom naar hun en ons verleden in de gewezen kolonies.

Een laatste groet is dan weer een nieuwe comedyshow waarin één interessante Vlaming het unieke voorrecht krijgt zijn eigen begrafenis bij te wonen. Daarnaast zijn er ook nieuwe reeksen van onder meer *Belga Sport* en *Comedy Casino*, met Xander De Rycke als nieuwe Master of Ceremonies.

Vanaf maandag 14 mei begint Canvas, zoals aangekondigd, dagelijks om 14 uur uit te zenden. Daardoor kan het net onder meer zijn informatieopdracht nog beter uitvoeren en nog meer actuaagedreven worden. Canvas opent elke dag met een informatieprogramma en tijdens het namiddagblok is er om het uur een update van het nieuws. Het reguliere programmaschema kan indien nodig ook op elk moment aangepast worden voor actualiteit. De kijker heeft echter ook nood aan vaste afspraken en ankerpunten. Daarom wordt in de namiddag in grote mate gewerkt met een horizontale programmering: elke dag op hetzelfde tijdstip hetzelfde programma(genre). Wanneer een programma als gevolg van de actualiteit vervalt, weet de kijker meteen dat het verschuift naar de volgende dag. En hij weet sowieso dat hij op hetzelfde uur altijd een programma in dezelfde sfeer mag verwachten. Netmanager Mark Coenen belooft 'meer' Canvas in alle betekenissen van het woord, uitgaand van de krachten en de kwaliteiten die het net kenmerken: "365 dagen per jaar probeert Canvas slimme televisie te maken voor mensen die verder kijken dan hun neus lang is. Nieuws en duiding, sport, cultuur, de beste series, documentaires en films: televisie voor de *gourmands* van de beeldbuis. Vanaf 14 mei doen we dat dus elke dag vanaf 14.00u. Daardoor kunnen we onze opdracht nog beter invullen en onze sterktes volop uitspelen, steeds meer gedreven door de polsslag van de tijd. Ook in de namiddag zal dat het geval zijn. Ook dan gaat Canvas niet voor de evidentie maar probeert het op originele manier televisie te maken die er toe doet. Canvas heeft in zijn 15-jarig bestaan een stevige reputatie opgebouwd als kwaliteitszender met een betrouwbaar, hoogstaand en vernieuwend aanbod. Op die weg gaan we onverminderd door."

Met een nagelnieuwe, eigen actuastudio en met het vernieuwde *Terzake*, het nieuwe *Login*, het 100''-nieuws en sterkhouders als *Reyers Laat*, *Panorama*, *Vranckx* en *Villa Politica* onderstreept Canvas in het najaar van 2012 meer dan ooit het belang van nieuws en duiding in zijn aanbod. "Meer dan ooit volgt Canvas de polsslag van de actualiteit," zegt netmanager Mark Coenen. "De nieuwe, eigen actuastudio biedt het net daarbij extra mogelijkheden en accentueert de identiteit van de nieuwsprogramma's van Canvas. Snel en flexibel inspelen op de actualiteit, maar tegelijkertijd diepgang en duiding garanderen: dat is wat de kijker verwacht van Canvas. Het net heeft daar tal van actuaprogramma's voor ter beschikking en er komen er dit najaar zelfs nog bij. Maar wat tot nu toe ontbrak, was een eigen nieuwsvloer van waaruit al die programma's op een geïntegreerde manier en met een duidelijk herkenbare Canvas-identiteit konden worden uitgezonden. Daar komt nu verandering in met de nieuwe actuastudio. Hij is ontwikkeld met een duidelijk doel voor ogen: de studio moest ruim en modulair zijn, flexibel en gelaagd. Zoals ook Canvas en de wereld (van Canvas). De vernieuwing blijft trouwens niet beperkt tot de studio en zijn decors: het is een totaalconcept, met een nieuwe vormgeving, belichting, beeldregie, grafiek, generieken en logo's voor de diverse programma's." Maar Canvas benadrukt zijn unieke eigenheid ook met nieuwe programma's als *De revolutieroute*, *Meneer de Burgemeester*, *De uil van Athena*, *Dockland*, *Soundtrack* en *Start me up*, en met nieuwe afleveringen van programmareeksen die hun degelijkheid eerder al bewezen hebben, zoals *Publiek geheim*, *Belpop*, *De Canvasconnectie* en *Man over woord*. Om al die kwaliteitsprogramma's nog meer in de verf te zetten, is ook het uitzendschema verfijnd. Bovendien is er elke namiddag

De keuze van, waarin spraakmakende Vlamingen een selectie van de beste documentaires uit het Canvas-archief inleiden. En in de vooravond brengt *Via Canvas* toegankelijke documentaires over de natuur, reizen, exploratie, milieu, biodiversiteit, klimaatverandering en wetenschap.

Canvas blijft verder onverminderd investeren in cultuur in de brede zin van het woord. De vaste afspraak op zondag wordt bevestigd, met een nieuw seizoen van de grensverleggende *Canvasconnectie* en een keur aan nieuwe en eigengemaakte cultuurdokumentaires, de beste muziekdocumentaires en klassieke muziek.

Canvas 2013 – ‘Canvas kijkt vooruit’

In de najaarsstorm van de Vlaamse televisie – met de komst van het tot VIER vervelde VT4 – bleef het schip van Canvas mooi op koers. “En we stevenen vol goede moed af op 2013,” zegt netmanager Marc Coenen, bij de voorstelling van de voorjaarsprogramma's. “2012 was een historisch mediajaar, ook voor Canvas. In het jaar waarin we onze vijftiende verjaardag vierden, behaalden we ons hoogste marktaandeel ooit: exact 11% (4+, 20-26 uur). We kregen een volledig eigen kanaal ter beschikking en onze zendtijd werd aanzienlijk uitgebreid. We kijken de toekomst dan ook vol vertrouwen tegemoet. We zijn overtuigd van de unieke positie van Canvas in het Vlaamse medialandschap, met een gevarieerd kwaliteitsaanbod voor mensen die verder willen kijken dan hun neus lang is: meer duiding, kwaliteitsdocumentaires, cultuur, geschiedenis, wetenschap, fictie, humor en sport. Die gevarieerde mix willen we ook in de toekomst garanderen.”

Canvas zet het nieuwe jaar in met niet minder dan zeven nieuwe programma's: de documentaire realityreeks *Comedian vindt werk*; *Hoera cultuur!*, een wekelijkse gps in het boeiende doolhof van de cultuur; *De allerlaatste getuigen* waarin de laatste overlevenden van de generatie die de Eerste Wereldoorlog nog heeft meegemaakt, hun persoonlijke verhaal vertellen; *Het verdriet van Europa*, waarin Rudi Vranckx langs de frontlijnen van de Europese crisis trekt; *Seks@canvas*, een documentairereeks waarin Annick Ruyts op zoek gaat naar het seksleven van de Vlaming en *De coulissen van de Wetstraat*, waarin Ivan De Vadder en Mark De Visscher memorabele momenten uit de recente Belgische politieke geschiedenis reconstrueren.

In de zomermaanden gaat Canvas niet met vakantie, met zes nieuwe eigen producties en vijf nieuwe internationale kwaliteitsreeksen. *Terzake*, *Vranckx* en *Panorama* blijven bovendien op post. Dé blikvanger is de vierdelige documentaire reeks *Boudewijn. Naar het hart van de koning*, een opmerkelijke reeks over de 20 jaar geleden overleden koning Boudewijn. Herman Van Molle, ten slotte, viert alweer een jubileum: eind augustus presenteert hij de 750ste editie van *De Canvascrack*.

“Het gaat goed met Canvas,” maakt Marc Coenen een nieuwe balans op bij de voorstelling van de najaarsprogramma's voor 2013. “Vlaanderen heeft een bewogen televisiejaar achter de rug, maar toch hebben we in het seizoen 2012-2013 (september-mei) in onze klassieke ‘uitzendband’ (20.00 – 02.00 u.) precies even sterk gepresteerd als in dezelfde periode het jaar ervoor, met een gemiddeld marktaandeel van 9.2 %. Dat hebben we te danken aan onze unieke

programmamix. Ook in het najaar blijven we resoluut onze eigen koers varen. Geschraagd door onze actua, duiding en sport plannen we tien nieuwe eigen programmareeksen. Samen met enkele verrassende nieuwe gezichten, een groot aantal eenmalige eigen producties en een rist vaste waarden zorgen ze voor een gevarieerd, onderscheidend en eigenzinnig aanbod: televisie met karakter kortom." De blikvangers voor het najaar zijn: een live talkshow met Thomas Vanderveken (*Alleen Elvis blijft bestaan*), een boekenprogramma met Stijn Van de Voorde (*Man over boek*), een interviewreeks van Ben Crabbé met sportpersoonlijkheden (*Karakters*), een documentaire serie over de financieel-economische crisis met Michaël Van Droogenbroeck (*Econoshock 2.0*), een ecologisch tweeluik van Dirk Draulans (*Alles kan schoner*), een documentaire van Phara de Aguirre over liefde in tijden van kanker, een onderzoek van Stijn Meuris naar het succes van de Belgische reclamemakers (*Canvas Cannes*), een experimentele reeks over jonge bokkers die een berg beklimmen (*Naar de top*), documentaires over kunst (*Canvasconnectie*), geschiedenis (o.a. *Red Star Line* en *Nooit meer dezelfde*), kunstgeschiedenis (*Stroom van talent*) en de sportdocumentaire (*Ze gaan lopen*).

Canvas 2014 – ‘Uitzicht op inzicht’

In mei nam Marc Coenen afscheid als netmanager. Elly Vervloet, adjunct-netmanager van Eén, en Paul Peyskens, eindredacteur van o.a. De Canvasconnectie, werden aangeduid om samen een toekomsttraject voor Canvas uit te tekenen. Op 30 september werd het nieuwe Canvas voorgesteld. Het nieuwe Canvas wordt een mediamerk dat zich manifesteert op alle platformen die in deze digitale tijd deel uitmaken van het leven van de Vlaming. Paul Peyskens werd aangesteld als de nieuwe netmanager van Canvas

Programma's

Het duidingsprogramma Terzake liep van maandag tot en met vrijdag het hele jaar door. Het programma werd niet onderbroken voor sportwedstrijden. (Kijkers konden uitwijken naar OP12, waar de wedstrijd verder werd uitgezonden). Reyers laat kreeg, naast de afleveringen van maandag tot en met donderdag, een aflevering op vrijdag. Vranckx in Niemandsland bracht verhalen van mensen uit de regio tussen de Sahara en de Sahel.

Canvas had aandacht voor maatschappelijke en wetenschappelijke thema's:

Arm & Rijk toonde de kloof tussen arme en rijke mensen in verschillende samenlevingen in de wereld. De bijl van Cupido toonde hoe Vlamingen in een relatie met elkaar omgaan. Onze jongens volgde Belgische militairen die op missie waren in Afghanistan. In Weg van België brachten uitgewezen asielzoekers (en hun gezinnen) hun persoonlijke levensverhalen. De wilde keuken bracht informatie over de herkomst van ons voedsel. Het voordeel van de twijfel ging na of filosofie

kan helpen om de wereld te begrijpen. In De macht van het minuscule werden microben onderzocht. Het blijft in de familie was een documentaire reeks over familiebedrijven in Vlaanderen.

Het Canvas-aanbod bevatte programma's over geschiedenis: Grand Central Belge volgde de negentiende-eeuwse private spoorlijn die Wallonië met Vlaanderen verbond. 300 jaar grens bracht verhalen uit de grensstreek Vlaanderen- Noord-Frankrijk. Publiek geheim bracht de geschiedenis van plaatsen die weinig bekend zijn bij het brede publiek.

Canvas had aandacht voor cultuur in verschillende programma's: Alleen Elvis blijft bestaan interviewde een centrale gast o.a. over cultuur en kunsten. 'Nuff Said had aandacht voor woordkunst, stand-up comedy, videokunst en livemuziek. Het Klara-programma Puur muziek kreeg de hele maand maart een televisie-afgeleide dat klassieke muziek centraal stelde. Atelier de stad organiseerde met diverse kunstenorganisaties "stadsateliers". Tijdens die samenkomsten konden kunstenaars en burgers met elkaar van gedachten wisselen over de toekomst van de stad. Atelier de stad kwam tot stand na een oproep van Canvas naar ideeën om stadsprojecten te realiseren. Er werden in totaal 350 ideeën ingediend. Surplace was een documentaire over vier verschillende koerslocaties in Vlaanderen. In het quizaanbod waren er De Canvascrack, Lijst Debecker en Olalala

ONLINE-AANBOD

Canvas.be bevatte achtergrondinformatie bij de televisieprogramma's. Sommige programma's (zoals Hoera Cultuur! en Reyers laat) konden herbekeken worden op de website. Het gemiddeld aantal unieke bezoekers per dag van Canvas.be bedroeg 9.928 (-6,1% ten opzichte van 2013). Canvas had eind 2014 37,1% meer Facebook- fans (47.282) ten opzichte van eind 2013. Het aantal Twitter-volgers van Canvas steeg tot 44.157 eind 2014 (+44,4% ten opzichte van eind 2013).

Canvas 2015 - toonaangevend in vijf domeinen

Canvas werd in 2015 gekenmerkt met een vernieuwing van zijn aanbod en programmering.

In het voorjaar behield Canvas nog een aanbod dat vergelijkbaar was met het aanbod uit de voorgaande jaren. De namiddaguitzendingen (in hoofdzaak op weekdagen) werden wel stopgezet. De zender bood duiding bij het nieuws in Terzake, Reyers laat, Vranckx en Panorama. Nieuwe programma's waren onder andere de geschiedenisprogramma's Land in de kering (een reeks over de geschiedenis van Vlaanderen in de periode 1950-2000) en 12 in 40 (een reeks met getuigenissen van mensen die Wereldoorlog II hadden meegemaakt), de documentaire reeks Twintigers (over het leven van jongeren), de documentaire reeks De werkende mens (over de impact van werken op het leven) en de documentaire reeks Archibelge (over vreemde Belgische architectuur).

Vanaf 24 augustus werd de vernieuwing van Canvas doorgevoerd. Het merk wilde voortaan toonaangevend zijn op het gebied van informatie in vijf domeinen:

Kunst & cultuur

In het najaar had Canvas aandacht voor kunst & cultuur onder andere in Off the Record (een portretreeks over en met Belgische muzikanten), Het stopzetten van de namiddaguitzendingen van Canvas gebeurde in onderlinge afspraak tussen de VRT en de minister van Media, mede als gevolg van de opgelegde besparingen voor 2015. Studio Flagey (een praatprogramma over muziek) en het interviewprogramma Alleen Elvis blijft bestaan. De Canvasconnectie bracht nieuwe portretten van kunstenaars die hun visie gaven bij hun eigen werk en dat van anderen.

Politiek

Het duidingsprogramma Terzake verhuisde naar de laatavond (en werd Terzake laat). Het nieuwe actuaprogramma De afspraak startte op weekdagen om 20.30 uur. Vanaf 2 oktober werd het programma op vrijdag voorafgegaan door het politieke praatprogramma De keien van de Wetstraat. De logische premier was een documentaire over hoe de Vlaamse en federale regering in 2014 tot stand kwamen.

Wetenschappen

Wetenschap redt de wereld bracht portretten van wetenschappers die oplossingen hebben voor grote maatschappelijke problemen (zoals de opwarming van de aarde). In de nieuwsdienstprogramma's kwam wetenschap regelmatig aan bod, zoals in de Terzake-reportage Iedereen vruchtbaar (over het gebruik van lichaamssweefsel voor de creatie van leven) en een interview met Stephen Hawking in Terzake laat. Verschillende documentaires hadden aandacht voor wetenschappelijke onderwerpen, zoals Baby Makers: the Fertility Clinic en The End of Memory.

Economie & Ondernemen

Terzake laat en De afspraak hadden aandacht voor economische onderwerpen en Vlaamse ondernemers. Enkele aangekochte programma's focusten op economie & ondernemen, zoals The men who could conquer China en Silicon Wadi: A high tech soap opera (over start-ups in Tel Aviv). De reeks Pitch (op Canvas.be) toonde de ideeën van jonge bedenkers en startende ondernemers.

Sport

Naast sportverslaggeving bood Canvas op het vlak van sport het voetbalmagazine Extra time (dat in 2015 onder de noemer Extra Time Koers enkele keren gewijd was aan wielrennen in plaats van voetbal), de documentaire reeks Slijk (over de voorbereiding door topsporters van wedstrijden), de interviewreeks Karakters en de reeks Spul (over dopinggebruik).

Daarnaast bevatte het aanbod fictie (zoals de Vlaamse fictiereeks Bevergem) en ontspanning. In het human interest-programma Radio Gaga vertelden mensen hun persoonlijk verhaal op een bijzondere locatie (zoals in een psychiatrisch ziekenhuis). Zij deden dat in een radio-setting aan de hand van een muzieknummer.

In 2015 had Canvas aandacht voor grote herdenkingen. Zo bracht het de documentaire Waterloo L'Ultime Bataille (naar aanleiding van het feit dat 200 jaar

geleden de Slag van Waterloo werd gestreden) en een rechtstreeks verslag Ode aan de Ode (naar aanleiding van de 30.000ste editie van de Last Post in Ieper).

DIGITAAL AANBOD

Canvas versterkte sinds september zijn digitale pijler. Door het aanbod van Canvas.be uit te breiden wilde het net de mediagebruikers die meer gebruikmaken van de digitale media (zoals jongeren) beter bereiken.

Naast achtergrondinformatie bij de televisieprogramma's raadplegen, konden kijkers op Canvas.be programma's (waarvan de VRT de onlinerechten had) herbekijken of nieuwe programma's in preview zien. Canvas.be bood ook programma's die enkel daar te zien waren, voornamelijk documentaires (zoals Waarom nog kinderen krijgen? en Langs het front tegen IS) en fictiereeksen (zoals The End en Rest in Peace).

Canvas.be nam de opdracht van de vroegere cultuursite Cobra.be over.⁵² Op Canvas.be/cultuur werd een overzicht gegeven van tal van cultuuritems.

⁵² Het stopzetten van Cobra.be en de overname door Canvas.be van het online kunst- en cultuuraanbod gebeurde in onderlinge afspraak tussen de VRT en de minister van Media, mede als gevolg van de opgelegde besparingen voor 2015.

Voor de vernieuwing van Canvas (24 augustus 2015) had Canvas.be gemiddeld 8.396 unieke bezoekers per dag. Na de start van de nieuwe website steeg het aantal unieke bezoekers tot gemiddeld 19.106 bezoekers per dag. Op jaarbasis steeg het gemiddeld aantal unieke bezoekers per dag met 23,1% (ten opzichte van 2014) tot 12.221 in 2015.

Het video-aanbod was een belangrijk bestandsdeel van de vernieuwde website. Het vaakst online bekeken programma was Bevergem (de vaakst gestarte aflevering haalde 105.592 starts).

Eind 2015 waren er 59.735 Facebook-fans voor Canvas (+26,3% ten opzichte van eind 2014). Het aantal volgers op Twitter bedroeg 57.279 (+29,7% ten opzichte van eind 2014).

(bron: jaarverslag 2015)

Canvas 2016 - informatie- en duidingsblok van ruim een uur

In januari werd de uitzending van Terzake van de late avond verschoven naar 20.05 uur. Zo ontstond een informatie- en duidingsblok van ruim een uur waarin Het Journaal van 20 uur, Terzake en De afspraak elkaar opvolgden. Terzake focuste daarbij vooral op het nieuws van de dag met interviews en reportages.

In De afspraak was er ruimte voor opinie en debat over de bredere actualiteit en maatschappelijke thema's. Canvas paste zijn programmering soms aan naar aanleiding van de actualiteit, met extra en/of langere uitzendingen

Panorama verhuisde in het najaar naar Eén, en heette voortaan Pano.

Panorama werd op Canvas vervangen door Check-point. Dat programma bracht langere documentaires over de grote verhalen van onze tijd. Meestal internationale producties. Maar ook eigen werk.

De ideale wereld zorgde drie keer in de week voor een satirische blik op de actualiteit.

In 2016 had Canvas aandacht voor kunst en cultuur met muziek- en praatprogramma's zoals Studio Flagey Klassiek en Off the record, Poporama (een programma over hedendaagse alternatieve muziek), de Koningin Elisabethwedstrijd, Rock Werchter Live, documentaires over architectuur (zoals Reyers 2020, over de visie van architectenbureaus op het nieuwe VRT-gebouw), beeldende kunsten (zoals De Canvasconnectie, met portretten van kunstenaars) en fotografie (België scherpgesteld, met portretten van Belgische topfotografen), en een dagelijks literatuurprogramma (Winteruur).

In het najaar startte Culture Club: een wekelijkse talkshow over de culturele actualiteit.

In Wanderlust deelden mensen met diverse filosofische en religieuze achtergronden hun visie op het leven.

In Radio Gaga luisterden de presentatoren naar diepmenselijke verhalen op specifieke locaties, zoals het Zeepreventorium in De Haan, het penitentiair landbouwcentrum van Ruiselede...

Kleine helden portretteerde gewone mensen die op verschillende plaatsen in de wereld in moeilijke omstandigheden het verschil maken.

Het eerste kwartaal volgde startende Vlaamse ondernemers in de meest diverse domeinen. Changemakers bracht vijf mensen in beeld die "op een alternatieve manier" grote maatschappelijke problemen aanpakken.

In de documentaire reeks De herontdekking van de wereld reisden zes Vlaamse wetenschappers hun helden achterna en vertelden over hun belang voor de wetenschap.

Diepgaande gesprekken aan de hand van filmfragmenten vormden het uitgangspunt van het interviewprogramma Alleen Elvis blijft bestaan.

Canvas zette in op sport en sport-duiding, onder meer in de wekelijkse uitzending van Extra Time, dat achtergrond verschaftte bij de voetbalactualiteit. Tijdens de voorjaarsklassiekers wielrennen kwam daar Extra Time Koers bij. In de reeks De kleedkamer vertelden voormalige voetballers over succes en vergankelijkheid. Asfalt keek op een alternatieve manier naar wielrennen, karten, autoracen, skateboarden, motorracen en breakdancen. Daarnaast waren er de talrijke sportverslagen, onder meer van het EK Voetbal en de Olympische Spelen.

Ontspanning bood Canvas met films en fictie. O.a. twee nieuwe Vlaamse fictiereeksen: Clinch, waarin telkens drie personages werden samengebracht door het noodlot, en De 16 over het leven op het kabinet van een vicepremier.

DIGITAAL AANBOD

Op Canvas.be kon het publiek in 2016 het merendeel van de Canvas-programma's herbekijken of nieuwe programma's in preview ontdekken.

Het onlineplatform Wereldbeeld focust op levensbeschouwelijke thema's.

In de webserie #Pitch presenteerden jonge bedenkers en ondernemers hun ideeën om extra hulp en middelen te vinden voor hun (toekomstige) onderneming.

Er waren verschillende interactieve onlineprojecten.

Ik ga op reis en ik lees was een actie naar aanleiding van de zomervakantie waarbij lezers elkaar boeken konden aanraden.

In de periode van de muziekfestivals in de zomer bood Festivalkalender iedereen de mogelijkheid zijn of haar ultieme festivalkalender samen te stellen.

Naar aanleiding van de Boekenbeurs in Antwerpen ging De zin van op zoek naar "de mooiste, spannendste, meest intrigerende of grappigste zin" die de bezoekers van de site ooit gelezen hadden.

In het najaar startte Canvas met een online-magazine vol cultuurtips, als 'bijlage' bij het televisieprogramma Culture Club.

ACTIES & EVENEMENTEN

Naar aanleiding van de documentaire Oratorium zonder Doel, over de havenuitbreiding in en rond Antwerpen, organiseerde Canvas een première en een debat met vertegenwoordigers van het havenbeleid en actiegroepen.

Wanderlust: Geloof in Utopia was een debatavond met 20 experts over religie en levensbeschouwing, in samenwerking met het stadsfestival 500 jaar Utopia, de KU Leuven en Museum M.

In het kader van de Canvasreeks De herontdekking van de wereld organiseerde Canvas een debat met als centrale vraag 'Zit het kwaad in elk van ons?'.

(Bron: jaarverslag 2016)

Meer info?

Op www.vrt.be vind je alle informatie over de opdracht en de structuur van de VRT, en je kunt er documentatie downloaden zoals het volledige Jaarverslag en de volledige tekst van de Beheersovereenkomst.

Op www.canvas.be vind je een antwoord op een aantal vaak gestelde vragen i.v.m. het net.