



Basisinfo Ketnet



Inhoud

1. Ketnet, de voorgeschiedenis
2. Ketnet, waarom?
3. Ketnet, voor wie?
4. Ketnet, vanuit welke waarden?
5. Ketnet, waar ken ik dat gezicht of die stem toch van?
6. Ketnet, hoe heet dat programma nu ook alweer?
7. Ketnet, moet er nog nieuws zijn?
8. Ketnet, moet er nog meer zijn?
9. Ketnet, hoe gaat het ermee?
10. Ketnet, nu helemaal op eigen benen!
11. Ketnet op 12
12. Ketnet en diversiteit
13. Meer info?



1. Ketnet, de voorgeschiedenis

De lange voorgeschiedenis van Ketnet 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 multimedial 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 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.

2014 - Sandra De Preter wordt 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. En 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.

2015 - 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.)

2016 - 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.

2. Ketnet, waarom?

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 volwassenen (het latere Canvas) en een net voor kinderen (het latere Ketnet).

De VRT heeft een lange en sterke traditie qua jeugdprogramma's. Denk maar aan de woensdagnamiddagen met Nonkel Bob en de talloze eigen series die de jeugd jaren van generaties Vlamingen kleurden, van *Kapitein Zeppos* tot *De Kat*. De jongste kijkers tellen echt mee voor de openbare omroep, en op 1 december 1997 krijgen ze hun eigen net: Ketnet, een sponsorvrij tv-net voor de Vlaamse jeugd, met een eigentijdse styling en presentatie.

In het decreet van de Vlaamse Raad (22 december 1995) staat: "Het programma-aanbod moet ook op een aangepaste manier worden gericht op bepaalde bevolkings- en leeftijdsgroepen, meer in het bijzonder op kinderen en jeugd." Daaruit volgt, in de Beleidsnota Televisie (2 september 1996): De BRTN Televisie zal zijn traditie van een sterk programmabeleid t.a.v. kinderen en jeugd consolideren en zo mogelijk intensifiëren. Het behoort tot de mogelijkheden om aan kinderen een vast programmablok toe te wijzen met een eigen identiteit. Ook in de gewone programmering zullen we voldoende accenten leggen om aan te sluiten bij de leefwereld van de jeugd." Vervolgens is er de Beheersovereenkomst 1997-2001 met de Vlaamse regering, waarin de VRT-TV zich verbindt tot het realiseren van "een vast jeugdblok met op weekdagen een informatieprogramma voor jongeren (jeugdjournaal of equivalent)" en waarin sprake is van de volgende performantiemaatstaf: "Televisie streeft ernaar om 76 % van de doelgroep van de 4- tot 12- jarigen op weekbasis ten minste 15 minuten te bereiken." Deze maatstaf blijkt echter een onmogelijke opdracht. Vooral door de concurrentie van nieuwe media kijken Vlaamse kinderen steeds minder televisie. Daarom wordt in de Beheersovereenkomst 2002-2006 een nieuwe norm opgenomen: "Televisie zal 70% van de 4- tot 12-jarigen die TV kijken bereiken (berekend op totaal bereik 4-12-jarigen op weekbasis)."

In de beheersovereenkomst 2007-2011 wordt opnieuw aandacht gevraagd voor "sociodemografische groepen in de samenleving, in het bijzonder kinderen, jongeren en Vlamingen in het buitenland." Daarbij wordt gesteld dat Ketnet zich richt "tot alle Vlaamse kinderen tot 12 jaar." De beheersovereenkomst verwacht dat Ketnet "een lokaal, kwaliteitsvol, Vlaams aanbod" biedt. Ook voor de periode 2007-2011 wordt verwacht dat Ketnet "zijn dagelijkse journaal op weekdagen" behoudt. Er wordt ook gewezen op het belang van nieuwe mediatypes en van Ketnet als crossmediaal merk: "Het klassieke lineaire televisiemedium wordt door kinderen steeds vaker gedeeld met de nieuwe mediatypes. Kinderen nemen het aanbod van nieuwe media steeds sneller op. Ketnet dient daar ruim op in te spelen met VIA-diensten en moet zijn mobiele en internet-aanbod ontwikkelen. De klassieke lineaire televisie blijft niettemin belangrijk om een brug te slaan naar die nieuwe mediatoepassingen en de kinderen zo te gidsen in de multimediale wereld. De ontplooiing van Ketnet naar een crossmediaal merk is belangrijk." In die Beheersovereenkomst wordt ook aandacht gevraagd voor de ontwikkeling van een communicatie-webplatform en een digitaal lineair radioaanbod: "Ketnet biedt ook via Internet een communicatie-webplatform aan die de kinderen onderling met elkaar in contact brengt en de mogelijkheid geeft om zich te ontplooien. Ketnet zal zijn aanbod versterken met een digitaal lineair radioaanbod via Internet." Over het

aanbod wordt verder het volgende gemeld: "Ketnet speelt in op de leeftijd en de leefwereld van elke subgroep met een apart aanbod aangepast aan de specifieke doelgroep. Ketnet heeft een ruim aanbod van hoge kwaliteit in verschillende genres. Een groot deel van zijn aanbod zijn Vlaamse producties. Met zijn aanbod stimuleert Ketnet kinderen om creatief te zijn, hun verbeelding te laten werken en de samenleving en de gebeurtenissen in hun eigen tempo te ontdekken en te begrijpen."

3. Ketnet, voor wie?

Voor het onderzoek naar het kijkgedrag van kinderen en jongeren, en de ideale positionering van het op te richten net, is destijds een beroep gedaan op Censydiam for Kids. Het resultaat wordt het document *BRTN Televisie. Het beleid t.a.v. Kinderen en Jeugd* (28 april 1997). Op basis van dit onderzoek wordt beslist het nieuwe jeugdnets bij de start voornamelijk op de 10- tot 16-jarigen te richten. Daarmee ligt ook de identiteit van het nieuwe jeugdnets vast. De kernwoorden zijn: gedurfd en kritisch, assertief, authentiek; en met vooral aandacht voor het groepsgevoel en voor de problematiek van pubers en jongeren (relaties, lichaamsbeleving, ...). De kleuters en jongere kinderen worden een subidentiteit (het kleine broertje dat 'geduld' wordt).

In de loop van 1999 ondergaat Ketnet echter een grondige bijsturing: het programmabeleid gaat zich meer dan voorheen richten op de kinderen die de VRT-televisie volgens de beheersovereenkomst met de Vlaamse regering moet bereiken: de 4- tot 12-jarigen. Uit onderzoek en reacties blijkt het immers bijzonder moeilijk de +12-jarigen te bereiken (ze beginnen pas later op de avond televisie te kijken), terwijl bepaalde gedurfde en assertieve aspecten van Ketnet botsen met de verwachtingen van de jongste kijkertjes (en hun ouders). Ketnet moet vooral een veilige plek zijn en blijven: een zender waar ouders hun kinderen met een gerust hart kunnen aan toevertrouwen, waar ze niet bang moeten zijn voor agressieve reclame, voor programma's die aanzetten tot overmatige consumptie, voor geweld, voor beelden die kunnen bruuskeren. En tegelijkertijd is Ketnet gewoon een toffe plek waar de kinderen zelf graag komen.

Om nog beter in te spelen op de behoeften van zijn kijkers en om een beter bereik te krijgen, start Ketnet in 2005 met een innovatietraject. Dat project mondt in 2006 uit in een vernieuwing van styling, programma's, website, gezichten en programmaschema. Het net wordt ook opgesplitst in drie zones. Voor de allerkleinsten (de 4- en 5-jarigen) is er K'tje van Ketnet. Die peuterzone wordt opgestart om een veilige mediaomgeving met herkenbare figuren te maken. De grote middengroep (de 6- tot 9-jarigen) wordt bediend onder de vlag van Ketnet. In die kinderzone staan fantasie en avontuur centraal. Voor pre-adolescenten kwam er NT van Ketnet. Die zone legt de nadruk op de gewijzigde behoeften en het kijkgedrag van de 10- tot 12-jarigen.

De zone NT van Ketnet bereikt echter moeilijker zijn doelgroep en wordt in het najaar van 2007 beëindigd. De programma's en webtoepassingen voor de oudere kinderen komen opnieuw onder de Ketnet-vlag. De zone K'tje van Ketnet blijft bestaan, maar wordt in september 2008 Kaatje van Ketnet. Samen met de vernieuwde naam worden de personages Kaatje & Kamiel geïntroduceerd. Zij

dienen als herkenning voor de peuters en de kleuters en leiden hen door alle programma's. Ook online is Kaatje van Ketnet aanwezig. Op kaatje.be leren Kaatje & Kamiel kinderen basisvaardigheden. Sinds de lancering van Kaatje van Ketnet identificeren de meisjes zich meteen met Kaatje, het meisje dat zoals de kleuters de wereld ontdekt en een echte durver is. De jongens zijn helemaal gewonnen voor de lieve, onhandige dinosaurus Kamiel. Om de interactiemogelijkheden en de verhaallijnen te kunnen uitbreiden, komt er een nieuw personage bij in de wereld van Kaatje: Viktor, de stoere piloot en handige uitvinder.

4. Ketnet, vanuit welke waarden?

In oktober 2001 worden de waarden van Ketnet een eerste keer bepaald. Ze zijn bedoeld als leidraad en inspiratiebron voor programmamakers. Ze worden dus niet expliciet gecommuniceerd op het scherm.

1. **VEILIG.** Ketnet is een vertrouwde plek waar je je geborgen voelt en jezelf kunt zijn. Ketnet gaat respectvol om met gevoelens en informatie. Actie zonder geweld. Flirten zonder seks. Pittige taal maar niet kwetsend. Trendsettend maar niet commercieel. Waardoor je samen met, maar vooral zonder je ouders kunt kijken.
2. **ONDER VRIENDEN.** Ketnet heeft een warme, positieve uitstraling die je laat voelen dat je erbij hoort. Ketnet is van iedereen en sluit nooit iemand uit. Ketnet maken we samen. Ketnet is veel meer dan tv. Je praat er graag over, en je gaat er graag naartoe.
3. **FANTASTISCH.** Ketnet zit vol magie en verbeelding. Op Ketnet kan alles. Ketnet laat je wegdromen in een fantasievolle wereld of laat je zelf fantaseren. Ketnet is een grootse en verrassende plek waar het onmogelijke mogelijk wordt, zoals in je dromen.
4. **AVONTUURLIJK.** Met Ketnet beleef je nieuwe dingen en ontdek je het onbekende. Ketnet zorgt voor een uitdaging op maat. Een spannende tocht vol durf en prikkelende actie. Zowel op als naast het scherm kan je op zoek gaan naar jouw kicks!
5. **ECHT.** Bij Ketnet tel je mee en word je ernstig genomen. Ketnet toont echte en herkenbare gevoelens en gebeurtenissen. Ketnet vindt jou de moeite waard en geeft je daarom altijd het beste.
6. **SPEELS.** Bij Ketnet kun je je amuseren. Ketnet straalt fun uit: fris, kleurrijk en actief. Vrolijk, nooit geforceerd, sprankelend en aanstekelijk.

5. Ketnet, waar ken ik dat gezicht of die stem toch van?

Het jong en dynamisch imago van Ketnet is mede te danken aan de *wrappers*, de presentatoren die de verschillende programma's aan elkaar praten. Ze worden zo genoemd naar de *wrap*, de verpakking van Ketnet. Bij de start in december 1997 waren ze met vier: **Ianka Fleerackers**, **Gitte Van Hoyweghen**, **Sven Ornelis** en **Steven Van Herreweghe**. In de zomer van 1998 komen daar **Katrien Van Deuren** en **Mark Tijsmans** bij, later **An Jordens** en vanaf het najaar van 1999 **Ilse Van Hoecke** en **Staf Coppens**. In december 2000 komt **Pieter Steeno**, en in het najaar van 2001 is het de beurt aan **Sofie Van Moll**. Dan volgen **Aaron Wade** en **Jelle Cleymans**. In maart 2003 komt **Erika Van Tielen** de ploeg versterken.

In 2004 gaan **Britt Van Marsenille** en **Peter Pype** aan de slag als Ketnet-wrappers. Vanaf 2006 versterken **Karolien Debecker**, **Kobe Van Herwegen** en **Melvin Klooster** het *wrappersteam*. Een jaar later komt **Kristien Maes** erbij. In 2009 is het de beurt aan **Niels Destadsbader** en **Véronique Leysen**. Twee jaar later, in het voorjaar van 2011, kiezen de kijkers voor het eerst in de geschiedenis van Ketnet zelf hun nieuwe wrapper: **Charlotte Leysen**. **Sien Wynants** wordt in 2012 de nieuwe Ketnet-wrapper nadat zij in de finale van *Wie wordt wrapper?* de meeste stemmen heeft gekregen van de Ketnetters, en de Sint tovert nog twee nieuwe wrappers uit zijn zak: **Sander Gillis** en **Leonard Muylle**. In 2014 maakte Ketnet tijdens Het Gala van de Gouden K's bekend dat **Sarah Mouhamou** Ketnet-wrapper wordt. In 2015 startte **Thomas Van Achteren** als wrapper.

6. Ketnet, hoe heet dat programma nu ook alweer?

De eerste jaren - Hoewel er in de loop van de eerste jaren al heel wat programmeringswijzigingen worden doorgevoerd, blijft Ketnet vasthouden aan een strakke horizontale programmering: duidelijke afspraken met de kinderen en hun ouders. Een horizontale programmering houdt in dat dagelijks dezelfde of gelijkaardige programma's in dezelfde volgorde worden uitgezonden. De opbouw van het programmaschema volgens leeftijd (van heel jong naar wat ouder) vormt de basis. Van maandag tot zaterdag opent Ketnet om 15.30 uur (van de start tot medio '98 was dat om 17 uur, tot januari 2002 was het beginuur 16 uur). Oorspronkelijk wordt er een erg strikte scheiding gehanteerd: het eerste uur is voor 'het kleine broertje', vanaf 18 uur wordt er geprogrammeerd voor de oudste groep. Uit reacties en kijkcijfers blijkt echter dat de min 10-jarigen ook na 18 uur bediend willen worden. Ze stoppen immers niet met kijken, integendeel. Een geleidelijke bijsturing is het logische gevolg.

1999 - De kerndoelgroep van Ketnet wordt verjongd, en dus ook de programmering. De leeftijdsopbouw is duidelijk en expliciet. Ketnet start met programma's voor de kleintjes (**Tik Tak**, **Wizzy en Woppy**, **Piet Piraat**) en wordt geleidelijk aan 'ouder' (**Samson Soap**, **Disney Festival**, ...). Na 18 uur zijn er programma's als **Spring**, **Groot Licht** en **W817** die vooral de iets oudere kinderen uit de doelgroep aanspreken. Op zondag opent Ketnet pas om 18 uur (omwille van de rechtstreekse uitzendingen van

sportwedstrijden te vermijden), maar ook hier wordt de leeftijdsopbouw gerespecteerd. Op zondag zendt Ketnet ook 's ochtends uit, met veel succes: sinds jaar en dag is **Samson** op zondagochtend vriend aan huis bij heel wat Vlaamse kinderen. Zondagochtend is ook het moment waarop het meest tv wordt gekeken door de Vlaamse 4- tot 12-jarigen, op andere momenten kijken zij veel verspreider. Omwille van dat verspreide kijkgedrag voert Ketnet ook een herhalingspolitiek: veel programma's worden meer dan een keer uitgezonden. Voor het bereiken van een uitermate mobiele doelgroep als kinderen en jongeren blijkt dat duidelijk vruchten af te werpen.

2002 - Ketnet start met de allereerste tienersoap: **Spring**.

2004 - Het aanbod van Ketnet wordt nog beter afgestemd op het kijkgedrag van de kinderen. Ketnet zendt ook elke ochtend van de schoolvakanties uit.

2005 - In het najaar breidt Ketnet zijn aanbod uit met een ochtendprogramma: **Sta op met Ketnet!** Het net investeert ook in eigen producties zoals **Bumba**, **SMOS** en **100% Bakvis**. Eigen fictie is er met **En daarmee basta!**.

2006 - Op 29 oktober doet **Mega Mindy** haar intrede. Met **Bedwetters** wordt op een vernieuwende manier wetenschap voor kinderen gebracht. **SHOOT** is een wekelijks live-studioprogramma over onderwerpen die jongeren boeien. De kijkers bepalen mee de inhoud van het programma.

2007 - Ketnet breidt zijn aanbod uit: in het weekend omdat de zondagavond niet langer wordt ingenomen door Spoorza-voetbal en in de schoolvakanties met een voormiddagaanbod. In één jaar tijd wordt K'tje marktleider in zijn doelgroep.

2008 - Vanaf september biedt Ketnet ook digitale programmering aan. Ketnet+ zendt elke avond tussen 18 en 20 uur en op weekend- en vakantiedagen tussen 8 en 10 uur de peuter- en kleuterprogramma's opnieuw uit. Op die manier kunnen kinderen het aanbod van Kaatje van Ketnet herbekijken op het moment dat Ketnet de 6 tot 12-jarigen bedient. Ketnet+ vult met andere woorden het gewone Ketnet-aanbod aan met herhalingen van kleuter- en peuterprogramma's. Af en toe moet Ketnet tijdens zijn zendtijd wijken voor andere uitzendingen, zoals bepaalde sportwedstrijden. Op die momenten zendt Ketnet+ herhalingen van Ketnet-programma's uit.

2009 - Ketnet zendt elke weekday uit van 6.30 tot 9 uur en van 15.30 tot 20 uur. Op woensdagnamiddag begint Ketnet al om 14 uur. In het weekend kunnen de kinderen in de voormiddag van 7 tot 12 uur bij Ketnet terecht. Zaterdagnamiddag zendt Ketnet van 15.30 tot 20 uur uit en zondagnamiddag van 18 tot 20 uur. Nieuwe programma's zijn onder andere **Zo is er maar een: de Cup** (met Nederlandstalige muziek), **Chinees voor mij** (een avontuurlijk en wetenschappelijk programma) en **De pretroulette** (een spelprogramma). Aan deze programma's nemen kinderen telkens zelf actief deel. In samenwerking met de Vlaamse gemeenschap wordt **Mijn sport is top** gelanceerd, dat kinderen aanzet tot sporten. Het avonturenspeel **GO IV** komt met nieuwe afleveringen en Ketnet biedt ook nieuwe Vlaamse fictie aan met **Amika**, over het leven van jongeren rond een manege.

2010 – Ketnet viert 20 jaar **Samson en Gert**, de Belgische deelnemers aan **Eurosong for Kids** – Jill & Lauren met *Get up* - worden deze keer via Ketnet gekozen en er is alweer nieuwe Vlaamse fictie met de serie **De 5^{de} boog** en de kortfilm **Het mysterie van Garbaggio**. Met de **Pretshow** zorgt Ketnet voor een innoverend programma met aandacht voor geschiedenis.

2011 - Kaatje, sinds 2008 het gezicht van de programma's voor de allerkleinsten op Ketnet, krijgt haar eigen fictiereeks: **Kaatjes Tralalaatjes**. Brahim debuteert op Ketnet met **i-CLiPS**, een nieuw muziekprogramma en nieuwe Vlaamse fictie is er met de reeks **De elfenheuvel**. Ketnet neemt ook zijn intrek in een nieuwe studio waarin de wrappers hun hartje kunnen ophalen met tal van mogelijkheden om gasten te ontvangen en (inter)actief bezig te zijn. Vanaf oktober treden kinderen in de voetsporen van stoere Bartel in **X-Peditie X-Treem**, en er is nog meer nieuwe fictie in het najaar: **ROX**, waarin een bijzondere auto de hoofdrol speelt; **Galaxy Park**, over een groep jongeren en een *alien*; en **De Zingaburia**, een prettige gestoorde muzikale fictiereeks van Hugo Matthysen.

2012 - **Karrewiet** viert zijn tiende verjaardag en meer dan 200.000 kinderen dansen en zingen 16 februari massaal tegen pesten. In **Mijn kunst is top!** laten jonge kunstenaars een aantal bekende Vlamingen én presentator Adriaan Van den Hoof kennismaken met diverse kunstdisciplines. Acht zomerweken lang doorkruist Ketnet Vlaanderen met **De Ketnet Cup**, en in het najaar worden in **De Omgekeerde Show** alle regels van een normale spelshow letterlijk en figuurlijk op hun kop gezet. Ook nieuw in het najaar: **Lekker windje**, **Kamp X-treem** en **Helden**. Ketnet lanceert op maandag 3 september een vernieuwd Kaatje-ochtendblok: **Kaatje & Co.** Het lange ochtendprogramma wordt, in samenwerking met Belgacom TV en Telenet Digital TV, elke dag na uitzending ook gratis aangeboden via de rode knop.

2013 (voorjaar en zomer): Een boomhut bouwen, een berg beklimmen, naar een concert gaan... Het zijn maar een paar voorbeelden van dingen die ieder kind misschien wel zou moeten gedaan hebben voor zijn 12^{de}. Met het nieuwe project **De Checklist** gaat Ketnet samen met de kinderen zelf en met de steun van het ministerie van Jeugd en Onderwijs op zoek naar 50 van die uitdagingen. Na het succes van de *Move tegen Pesten* van vorig jaar roept Ketnet dit jaar samen met het Vlaams netwerk *Kies Kleur tegen Pesten* alle Vlaamse kinderen op om hun mond open te trekken als ze pesterijen zien of horen gebeuren: **'Horen, zien & spreken'**. Ketnet neemt vanaf dit jaar niet meer deel aan het Junior Eurovisiesongfestival. Maar er komt wel een nieuw Vlaams Junior-project: **Wie wordt Junior 2013?** Op woensdag 27 maart is het *Buitenspeeldag*. Daarom zetten de wrappers Ketnet en Ketnet.be tussen 13.00 en 17.00 u. helemaal uit. Samen met de medeorganisatoren (o.a. de Vlaamse Overheid en Nickelodeon) wil Ketnet de kinderen zo aansporen om buiten te gaan spelen en te ravotten. Verder zijn er ook nog o.a.: **Mijn dans is top!**, **Expeditie Dino** en **KickS met Sien**.

De zomer staat helemaal in het teken van dieren. De wrappers verhuizen in juli naar de Zoo van Antwerpen. Ze duiken er achter de schermen en brengen verslag uit over het leven van de dieren en hun verzorgers. Daarnaast programmeert Ketnet heel de zomer lang extra veel dierenprogramma's.

2013 (najaar): 'Iedereen aan boord', dat is het motto waaronder nieuwe netmanager Wouter Quartier 10 nieuwe programma's voorstelt. Die slagzin verwijst niet alleen naar een van de vlaggenschepen van het nieuwe Ketnet-seizoen,

Kapitein Winokio's Grote Notenboot, maar vat ook perfect samen waar Ketnet voor staat. Wouter Quartier: "Ketnet is er voor álle kinderen. Tegelijk willen we ook hun ouders bereiken en proberen we ook hen te betrekken bij ons aanbod en onze aanpak. Daarnaast werken we nauw samen met het maatschappelijke middenveld en met experts(organisaties) om een zo divers en relevant mogelijk aanbod te kunnen verzorgen. Op die manier nemen we iedereen mee aan boord van onze Ketnet-boot. Zo onderscheiden we ons van andere kinderzenders en spelen we onze unieke rol in het Vlaamse medialandschap."

"Bij Ketnet dragen we onze Vlaamse identiteit hoog in het vaandel, met veel programma's van eigen makelij, waaronder heel wat eigen fictie. We gaan ook resoluut voor authentieke en originele programma's, die appelleren aan echte emoties en gevoelens, kwaliteitsvol en met liefde gemaakt, onafhankelijk en transparant. Ketnet begeleidt de kinderen bij het ouder worden, stimuleert en inspireert hen, en neemt hen mee op ontdekking. Verantwoordelijk en met oog voor veiligheid, maar niet betuttelend en zonder de kinderen af te sluiten in een cocon. Rolmodellen en helden als de wrappers en talentrijke kinderen zijn daarbij een inspiratiebron. Participatie is nog zo'n pijler: de kinderen moeten kunnen meedoen met Ketnet; álle kinderen. Door interactie online, in onze programma's, in projecten als de Checklist en op allerlei evenementen."

Nieuw in het programma-aanbod zijn o.a. **Kapitein Winokio's Grote Notenboot**, **De Omgekeerde Quiz**, **Sjieke Dinges**, **De 5 voor 12-show** en – alvast voor het voorjaar van 2014 - **GoGoGo!**, **Klaslokaal Abnormaal** en **Boris en Binti**, een nieuwe Vlaamse animatiereeks voor kleuters die ook anderstalige kleuters en hun ouders helpt bij het (beter) beheersen van het Nederlands.

2014

Het aanbod van Ketnet stond in het teken van het optimaal bereiken van kinderen tot 12 jaar. Daarvoor hanteert het een 360°-aanpak met een complementair aanbod via televisie, online en evenementen.

Het televisienet bracht een mix van: informatie (zoals Karrewiet) , cultuur (zoals Mijn urban is top en de uitzending van het theaterconcert Amigos) , educatie (zoals Later als ik groot ben) , avontuur (zoals Helden) , humor (zoals Oma & Oma) , quiz (zoals Klaslokaal abnormaal) , fictie (zoals GoGoGo en Zingaburia) ,liveshows (zoals Ketnet King Size).

Ketnet had oog voor het diversiteitsthema in verschillende programma's (zoals de fictiereeks Caps Club en de uitzendingen van Karrewiet met Vlaamse Gebarentaal).

Voor de tienerreeks D5R werd samengewerkt met Awel en het

Kinderrechtencommissariaat. Verschillende afleveringen werden exclusief op Ketnet.be aangeboden. Het bereik van de serie was online ongeveer even groot als via de televisie. Kleine handen in een grote oorlog was een televisiereeks over de Eerste Wereldoorlog.

Later als ik groot ben (een samenwerking met het Agentschap Ondernemen) liet kinderen kennismaken met verschillende beroepen. De blacklist was een vervolg op De checklist (over wensen van kinderen) en realiseerde "onmogelijke" opdrachten. Het gala van de gouden K's was een show met prijzen voor wie of wat in het afgelopen jaar in de media en showbizz het populairst was. Vlaamse kinderen bepaalden wie de winnaars waren. Junior Musical was een musical met muziek uit 10 jaar Junior Eurosong, waarvoor Ketnet aandacht had. Kinderen konden

deelnemen aan regionale kandidatenrondes voor het muziekevenement. De weg naar de musical volgde Ketnet zowel online als op televisie (docusoap en tv-shows).

Grootste sociale netwerk voor kinderen

Uit onderzoek van Apestaartjaren bleek dat Ketnet.be zelf het grootste sociale netwerk is in Vlaanderen voor kinderen tussen 9 en 12 jaar. In 2014 maakten meer dan 116.000 kinderen een Ketnetprofiel aan. Zo hadden eind 2014 443.000 kinderen een profiel op Ketnet.be.

Acties

Voor De **move tegen pesten** (in samenwerking met Kies Kleur Tegen Pesten) deelden kinderen hun deelname via Ketnet.be mee. Ook scholen konden zich inschrijven. Afbeeldingen en filmpjes van antipestacties werden op de website gedeeld. In de week van De move tegen pesten hadden de wrap, Karrewiet en Karrewiet Plus aandacht voor pesten en de gevolgen ervan. In een live-uitzending werd verslag gebracht van een antipest-evenement van Ketnet in Leuven.

Ketnet ondersteunde (in samenwerking met de stichting Kom op tegen kanker) **Kom op appels** (een actie in de strijd tegen kanker), o.a. met een lied.

Buitenspeeldag: Op woensdag 2 april zonden de Vlaamse kinderzenders Ketnet, VTMKZOOM en Nickolodeon tussen 13 en 17 uur geen programma's uit. Ze wilden daarmee kinderen aanzetten om buiten te spelen.

Ketnet werkte mee aan een **verkeersenquête van het BIVV**. Karrewiet bracht een week lang extra reportages over de resultaten en veilig verkeersgedrag.

(Bron: VRT-jaarverslag 2014)

2015

Ketnet hanteerde een 360°-strategie met televisieprogramma's, een online-aanbod, aanbod-op-aanvraag, interactieve toepassingen, participatieve acties en evenementen.

Op televisie bood Ketnet een mix van vertrouwde en nieuwe programma's over thema's uit de levenssfeer van kinderen. Het aanbod bestond uit verschillende programmagenres. Zo bood Ketnet nieuws op kindermaat (zoals met Karrewiet), duiding (Karrewiet plus, bijvoorbeeld met een reportage over autisme), fictie (zoals De zoon van Artan, D5R, Nachtwacht, Ghost Rockers en Trollie) en ontspanning. Verschillende programma's hadden aandacht voor cultuur zoals Kapitein Winnokio's grote notenboot, Symfollies en de wrap.

Ook educatie kwam aan bod in Ketnet-programma's met aandacht voor maatschappelijke uitdagingen. De reeks De geonauten stond in het teken van de millenniumdoelstellingen. Ketnet Swipe had onder andere aandacht voor de klimaatverandering en de week van het bos. Karrewiet bood een reportagereeks naar aanleiding van de internationale klimaattop.

Helden sensibiliseerde kinderen voor techniek en leerde hen om avontuurlijke stunts veilig uit te voeren. Humor kwam aan bod in Oma en Oma en Lekker

windje. Ontspanning was aanwezig in verschillende andere Ketnet-programma's, zoals in het quizprogramma Oude taart, de dans- en zangreeks Ketnet Musical en het studioprogramma Kingsize Live.

Ketnet zond iedere dag uit van 6 uur tot 20 uur. Na 20 uur toonde het kanaal een pancarte en zond het kindermuziek uit, tenzij Eén+ of Canvas+ uitzendingen hadden. Digitale kijkers konden gratis een Ketnet Jr.-blok opvragen (de opvolger van het Kaatje-blok).

2016

Met Karrewiet bracht Ketnet nieuws op kindermaat en met Karrewiet plus gaf het net duiding bij maatschappelijk relevante thema's. De geonauten ging dieper in op de millenniumdoelstellingen.

Op educatief vlak ging de wetenschappelijke quiz Superbrein op zoek naar "het superbrein onder de Ketnetters".

Klein gespuis bracht de jongste kijkers biologische kennis bij door de zwangerschap van verschillende huisdieren op te volgen.

Kaatjes kameraadjes zocht een antwoord of een oplossing op alledaagse vragen en problemen waar de jongste kinderen mee in contact komen.

Generatie K zette kinderen aan het denken over zichzelf, over hun rechten, over de maatschappij en over rechtvaardigheid.

Boeva & The Games liet de kinderen kennismaken met de inspirerende, creatieve en sociale mogelijkheden mogelijkheden van het gamen.

In De blacklist werden kinderen aangemoedigd en geholpen om hun dromen waar te maken. De checklist stimuleerde kinderen om actie te ondernemen door records te verbreken.

In 2016 waren er een aantal vervolg-reeksen van Vlaamse fictieseries, zoals de realistische fictiereeks D5R, het muzikale verhaal van Ghost Rockers en de stopmotionreeks Rintje.

Voor muzikaal amusement zorgde onder meer Ketnet musical.

In het voorjaar liep de musical Kadanza together, in het najaar volgde een nieuwe zoektocht naar talent: Ketnet musical Unidamu.

DIGITAAL AANBOD

Het online-aanbod van Ketnet bestond uit drie hoofdcomponenten: de website, de interactieve online-community van Ketnet en de apps:

ACTIES & EVENEMENTEN

In de dagen na de aanslagen van 22 maart probeerde Ketnet kinderen te helpen om dat nieuws te verwerken en hen positief naar de toekomst te laten kijken. Onder de noemer #krijtjesvolhoop werden kinderen uitgenodigd om de wereld wat kleur te geven en hun gevoelens een plaats te geven in een krijttekening.

De interactieve online-community van Ketnet telde in 2016 meer dan 60.000 actieve 'Ketprofielen' per maand.

Na de televisiereeks De helden kwam een langspeelfilm: Helden van de zee.

De Ketnet-app richtte zich op kinderen tussen 6 en 12 jaar. Met de app konden de kinderen audiovisuele content van Ketnet bekijken op hun smartphone of tablet.

Voor de actie Move tegen pesten mobiliseerde Ketnet iedereen om een vuist te maken tegen pesten. 324.314 kinderen uit 2.068 scholen schreven in. Uit een impactonderzoek na afloop bleek dat 83% van de Vlaamse kinderen vond dat er op hun school minder gepest werd door de Move tegen pesten.

Meer dan 2.000 klassen uit de lagere school staken de handen uit de mouwen voor de Ketnet-Koekenbak, in het kader van De warmste week.

Andere evenementen en acties waren onder andere Buitenspeeldag, Heldendag, De pet op tegen kanker, Ghost Rockers Show, De Ketnet Zomertour, Ketnet Arena (rond het EK Voetbal en de Olympische Spelen), Duivelse +school (in samenwerking met de Rode Duivels), Ketnet Halloween en D5R-fandagen.

KETNET JR.

Om alle kinderen te kunnen bereiken, werkt Ketnet met subdoelgroepen. Omdat peuters en kleuters eigen noden en behoeften hebben, bood Ketnet dagelijks content aan voor deze subdoelgroep. Dat gebeurde op het Ketnet-kanaal, via de rode knop (op de digitale platformen van Telenet en Proximus) en via een digitaal lineair aanbod onder de naam K'tje. In 2016 werd K'tje omgedoopt tot Ketnet Jr. en ook aangeboden via een app en Ketnet.be. Deze naamsverandering kwam er omdat er verwarring was omtrent de naam 'K'tje'. Deze naam werd namelijk ook gebruikt voor het aanbodsfiguur 'Kaatje'.

Ketnet Jr. heeft dezelfde missie en waarden als Ketnet, maar past die aan voor de specifieke subdoelgroepen. Het is een aanbod 'op maat' van de allerjongsten met onder andere Bumba voor de baby's, Uki en Musti voor de peuters, Kaatje & Kamiel voor de kleuters en Bob De Bouwer voor de kinderen in de overgangsfase naar de basisschool.

De VRT diende in 2016 een aanvraag in om Ketnet Jr. ook te kunnen aanbieden via een nieuw op te richten lineair kanaal voor kinderen tot 6 jaar. Op het huidige Ketnet-kanaal is er weinig ruimte (zendtijd) voor die leeftijdsgroep. De VRT wil de jongste kijkers beter bedienen met hun eigen televisiekanaal en veel Vlaamse (co-) producties in een reclamevrije omgeving.

(Bron: jaarverslag 2016)

7. Ketnet, moet er nog nieuws zijn?

"Op weekdagen een informatieprogramma voor jongeren (jeugdjournaal of equivalent)" maken, is een opdracht die expliciet in de opeenvolgende Beheersovereenkomsten met de Vlaamse regering is opgenomen. Bij de start van Ketnet wordt die opdracht ingevuld door *Studio.Ket*. Dat programma verschilt duidelijk - en bewust! - van een jeugdjournaal naar Nederlands model, omdat uit het Censydam-onderzoek is gebleken dat Vlaamse kinderen daar niet op zaten te wachten: "Het gaat niet om wat jongeren volgens volwassenen moeten weten, maar om wat jongeren zélf willen weten, wat voor hén nieuws is". *Studio.Ket*, gepresenteerd door Annabelle Van Nieuwenhuyse en Peter Van de Veire, wordt geroemd en onderscheiden, maar de kijkcijfers blijven beneden de verwachtingen. In juni 1998 komt er een bijsturing. Het presentatieteam wordt uitgebreid met Steven Van Herreweghe en Friedl' Lesage, en er worden tal van nieuwe rubrieken geïntroduceerd (*Wacko Winkel*, *De Eerste Keer*, *Coolcheck*, *Shitlist*, ...). De door de onderzoeksresultaten gevraagde oneerbiedige humor choqueert echter nogal wat ouders en opvoeders, en na enkele incidenten wordt er gas teruggenomen en volgen er nog een aantal bijsturingen. Het is echter duidelijk dat *Studio.Ket* tegen de bovengrens van Ketnet aanbotst, en in het kader van de algemene bijsturing (naar 4- tot 12-jarigen) wordt het programma stopgezet. De opvolger wordt *Mijn gedacht!* (vanaf september 1999). In dit programma praten kinderen onder leiding van Gitte Van Hoyweghen en Henk Vermeulen elke dag over onderwerpen die hen aanbelangen en interesseren. *Mijn Gedacht!* wordt meteen bekroond met de prijs van de Vlaamse Gemeenschap voor het beste jeugdprogramma van 1999. Vanaf januari 2002 neemt *Karrewiet* de informatiefakkel over: een infoprogramma gemaakt door de nieuwsdienst over de leefwereld van kinderen, dat vroeger wordt geprogrammeerd (17 uur) en met een iets jongere doelgroep (6 tot 12 jaar). Vanaf november 2012 komt er elke eerste maandag van de maand *Karrewiet PLUS* bij, een special rond maatschappelijk relevante thema's en onderwerpen uit de leefwereld van kinderen. Elke maand wordt in een langere reportage van een tiental minuten één bepaald thema verder uitgediept, met meer ruimte voor duiding

dan in de gewone *Karrewiet*-uitzendingen. Zo wil *Karrewiet PLUS* ook moeilijkere thema's makkelijker bespreekbaar maken voor kinderen van 6 tot 12 jaar.

8. Ketnet, moet er nog meer zijn?

Evenementen - Om de band met zijn jonge kijkers sterk te houden organiseert Ketnet op regelmatige tijdstippen evenementen, Ketnet wil er immers ook in de realiteit zijn voor de kinderen: *KetnetFreezz*, *Het Groot Kinderdictee der Nederlandse Taal*, *Spring in Concert*, *X!INK in Concert*, *Kids Awards*, *De intrede van de Sint*, *K'tje Carnaval met Bumba...* Ketnet is daarnaast ook aanwezig als mediasponsor voor evenementen. Dat is/was onder meer het geval voor het Kinderrechtenfestival, Pennenzakkenrock, Kunstbende, Kom op appels...

Op papier - De *Ketnetkrant* gaat in 1998 van start als wekelijkse bijlage bij *Gazet van Antwerpen*, *Belang van Limburg* en *Het Volk*, goed voor een oplage van 420 000 exemplaren. Daarna wordt de *Ketnetkrant* een pagina op woensdag in De *Jommekeskrant* (*Nieuwsblad en Het Volk*) en in *Gazet van Antwerpen* en *Belang van Limburg*. Medio 2001 wordt de *Ketnetkrant* stopgezet.

Op het internet - De website van Ketnet werd opgestart in 1998 in samenwerking met provider Planet Internet, maar is nu volledig in eigen beheer met een eigen Ketnet-webmaster. Het is een erg drukbezochte en populaire site die voortdurend wordt geüpdatet, verfijnd, bijgestuurd en uitgebreid. Begin september 2008 lanceert Ketnet een webplatform voor de allerkleinsten: www.ketnet.be/kaatje. Kaatje online is méér dan een website, het is een platform waar kinderen en ouders samen de digitale media en de wereld van Kaatje en Ketnet kunnen ontdekken. De peuter- en kleutertijd zijn voor een kind boeiende periodes van voortdurende ontwikkeling. De website is zo opgebouwd dat er voor alle peuters en kleuters wel iets te beleven valt. Zingen, kleuren, puzzelen, spelletjes spelen, video's bekijken,... het kan allemaal. Zo leren kinderen al spelenderwijs omgaan met het internet en ontdekken ze wat de onlinewereld te bieden heeft. Het webplatform van Kaatje van Ketnet wil de fantasie, creativiteit en nieuwsgierigheid van kinderen aanwakken en stimuleren maar kinderen ook zelfvertrouwen en een positief zelfbeeld geven. Bij de lancering van de Kaatje-website heeft Ketnet ook aan de ouders gedacht en voor hen een apart luik gemaakt. Ouders krijgen informatie aangereikt maar worden toch niet overstelpt met tips en adviezen van experts. Een aantal deskundigen (jeugdauteur, pedagoog, communicatiewetenschapper, onderwijzer, journaliste...) bloggen over het mediagebruik en de vrijetijdsbesteding van (hun) kinderen. Ouders en opvoeders kunnen hier actief op reageren. De Kaatje-website wordt voortdurend geüpdatet en aangepast. In het najaar van 2009 komt er een uitbreiding naar aanleiding van de komst van het nieuwe personage Viktor. In december 2009 valt de Kaatje-website in de prijzen: de website krijgt een eervolle vermelding tijdens de MEDEA Awards in Berlijn. Kinderen krijgen via Ketnetvideo een uitgebreid aanbod aan programma's en fragmenten online ter beschikking, en Kaatje.be wordt in 2010 uitgebreid met nieuwe spelletjes en andere activiteiten. Wanneer Ketnet op 1 mei losgekoppeld wordt van Canvas – zie 'Ketnet op 12' – komt er ook een complementaire nieuwe website met een heleboel programma's die gratis kunnen worden (her)bekeken, veel interactiemogelijkheden en een aantal sociale mediatoepassingen op maat van kinderen. Want kinderen willen dingen

kunnen delen. Ketnet heeft de site heel zorgvuldig opgebouwd om een veilige omgeving te creëren, waar kinderen vanalles kunnen beleven en zich volop kunnen uitleven.

In het voorjaar van 2013 lanceert Ketnet de Ketnet Video-app: de mobiele versie van Ketnet Video. In eerste instantie is die alleen beschikbaar voor iPad, maar vanaf juni kan de videozone van Ketnet ook bekeken worden via Android-tablets. Dat is meteen een primeur: Ketnet Video is de eerste VRT-tabletapplicatie voor Android

Op de radio – In november 2007 breidt de wereld van Ketnet opnieuw uit. Ketnet start dan met een webradio voor kinderen. Ketnet kiest voor radio, omdat kinderen dol zijn op muziek, maar de klassieke radio is niet meer aan hen besteed. Het internet daarentegen is, naast tv, hét medium waartoe kinderen zich het meest aangetrokken voelen. De keuze voor een webradio is dan ook een logische stap. Ketnet-radio is te beluisteren op ketnet.be. Ketnet biedt via ketnet.be elke week drie uur radio aan in een continue *loop*. Ketnet-wrapster Kristien Maes praat de hits aan elkaar. Ketnet-radio zendt muziek, interview, nieuwtjes en een quiz uit. Ketnet maakt radio vóór, maar ook met kinderen. De Ketnetters kunnen zelf bellen, stemmen op hun top-3, een liedje aanvragen...

In het straatbeeld - Ketnet heeft een eigen kledinglijn, en tal van gadgets en gebruiksvoorwerpen zoals boekentassen, rugzakken, pennenzakken, sleutelhangers...

9. Ketnet, hoe gaat het ermee?

Ketnet neemt een vliegende start, met een marktaandeel van 25% in 1998. Jaar na jaar stijgt het, om in 2003 te pieken op 45%. Daarna blijft Ketnet uitgesproken marktleider, maar er wordt stelselmatig geknabbeld aan het marktaandeel. Daar zijn verschillende verklaringen voor, die allemaal wortelen in het feit dat de mediabeleving van kinderen sinds het ontstaan van Ketnet in 1997 langzaamaan geëvolueerd is van amper enkele mogelijkheden naar een hele mozaïek waaruit ze kunnen kiezen:

Meer zenders - Bij het ontstaan van Ketnet was er een kinderblok op VTM (*TamTam*, met *Schuif af*), op VT4 (*Boemerang*, later *MyTV*, sinds december 2009 *VT4 Kids*), Kanaal 2 en op de Nederlandse zenders (het latere *Z@ppelin*). Door de afschaffing van de 5-minutenreclameregels wordt kindertelevisie echter een steeds grotere opportuniteit voor commerciële zenders. Daarnaast maakt ook de komst van digitale televisie voor van kinder-tv een interessante markt voor commerciële spelers. Sindsdien zijn er dus veel nieuwe kinderzenders (en internationale spelers) bijgekomen: Nickelodeon, Nick Junior, Cartoon Network, Jetix, TMF, JimTV, MTV en

een groot aanbod via digitale televisie. Sinds 30 oktober 2009 is Disney Channel opgenomen in het basisaanbod van Belgacom tv en Telenet, en VTM heeft intussen vtmKzoom gelanceerd.

Meer media - Er zijn niet alleen een heleboel kinderkanalen bijgekomen, kinderen zijn hun aandacht ook over een pak meer mediatechnologieën gaan verdelen: digitale tv, game console, mp3-speler, gsm... Ze gebruiken al deze kanalen ook door elkaar en ze hebben steeds meer hun eigen hardware. Je kunt haast spreken van een digitale jongens- of meisjeskamer.

Hoe onderscheidt Ketnet zich in dat medialandschap?

- Missie: Ketnet gelooft in de kracht van kinderen en wil hen laten opgroeien tot leuke volwassenen door samen met hen de wereld ontdekken en hen een multimediale beleving aan te reiken op hun maat.
- Waarden: zelfontplooiing, respect, veiligheid, samenhang, optimisme en daadkracht.
- Netpersoonlijkheid: nieuwsgierig, optimistisch, hartelijk, oprecht, dynamisch, inspirerend.
- Het marktaandeel van het Ketnet-tijdsblok daalt in 2010 van 37,6% (2009) naar 31,0%. De hoogste kijkcijfers van Ketnet zijn voor een aflevering van *Mega Mindy* (176.000), een aflevering van *Geboren jagers* (170.532), een aflevering van *Spring* (164.951), een aflevering van *De dansbende* (164.839) en een aflevering van *Kulderzipken* (161.707).
- Ketnet.be bereikt in 2010 gemiddeld 14.820 unieke bezoekers per dag, een stijging van 29% ten opzichte van 2009. In juni van dat jaar start ketnet.be met een eigen Ketnetvideozone. Tijdens het tweede halfjaar worden in de Ketnetvideozone 5.228.103 clips gestart. Voor ketnet.be worden per videospeler 6,2 video's gestart. Het hoge aantal opgestarte video's in de Ketnetvideozone wijst op echt internetkijkgedrag.
- Ketnet zendt elk jaar de intrede van Sinterklaas uitgesteld uit met een tolk in gebarentaal. Voor dove en slechthorende kinderen die Vlaamse Gebarentaal kennen, werd er dit jaar op de Grote Markt het hele gebeuren getolkt.

10. Ketnet, nu helemaal op eigen benen!

Ketnet – en Canvas – moeten het tweede VRT-net delen met Spoorza, met alle problemen vandaan met bijvoorbeeld tenniswedstrijden die onvoorspelbaar zijn qua timing en duur. De Beheersovereenkomst 2012-2016 voorziet echter in een derde kanaal, een apart kanaal voor Ketnet, met ruimte voor een jongerenaanbod na 20 uur.

Ketnet biedt globaal een hedendaagse en creatieve mediabeleving aan die inspeelt op de ontwikkeling en ontplooiing van kinderen. Daarom brengt het een volwaardig aanbod voor alle kinderen tot 12 jaar met een brede programmamix die inspeelt op de interessevelden van kinderen in verschillende leeftijdsgroepen, met inbegrip van de actualiteit. Ketnet hanteert daarbij een 360° strategie: niet alleen lineaire tv-programma's, maar ook aanbod op aanvraag, interactieve toepassingen, online- aanbod (inclusief een digitaal lineair radioaanbod) en

participatieve acties en evenementen maken integraal deel uit van de belevingswereld van Ketnet.

Ketnet werkt daarnaast verder aan de mediawijsheid van kinderen door hen in een veilige omgeving vertrouwd te maken met online toepassingen, waaronder bijvoorbeeld sociale netwerken. Het online aanbod van Ketnet is beschikbaar via de Ketnetsite en daarvan afgeleide interactieve applicaties. De 3 pijlers van dit aanbod zijn: kijken, spelen en zelf doen. Participatie door kinderen staat centraal. Ketnet zorgt voor een continue beschikbaarheid van een online videoaanbod op aanvraag, inspeland op leeftijd, interessevelden en thema's. De kernwaarden bij dit alles blijven (zelf)ontplooiing, respect, veiligheid, samenhang, optimisme en (daad)kracht.

11. Ketnet op 12

Aansluitend op de nieuwe beheersovereenkomst maakt gedelegeerd bestuurder Sandra De Preter op de nieuwjaarsreceptie de datum bekend waar iedereen naar uitkijkt: Ketnet zendt vanaf 1 mei 2012 uit op een apart kanaal.

"Ketnet bestaat dit jaar 15 jaar," zegt algemeen directeur Media Leo Hellemans bij de persvoorstelling. "Als kinderzender was Ketnet zijn tijd vooruit en heeft het bakens verzet. Maar ondertussen is er veel gebeurd. Door het toelaten van reclame rond kinderprogramma's zijn er heel wat kinderzenders bijgekomen die continu beschikbaar zijn, terwijl Ketnet zijn kanaal altijd heeft moeten delen met Canvas. Daardoor kon Ketnet zijn missie niet altijd in ideale omstandigheden invullen. Dankzij de nieuwe beheersovereenkomst heeft Ketnet nu zijn eigen kanaal gekregen en kan het voluit gaan voor zijn openbare omroepopdracht." Het nieuwe kanaal krijgt bij alle digitale tv-aanbieders in Vlaanderen het zendernummer 12. Het is overal in Vlaanderen ook via de analoge kabel te ontvangen en via de digitale ether (DVB-T). De start van het eigen kanaal is voor Ketnet ook het uitgelezen moment om een nieuwe strategie te implementeren: de al eerder aangestipte 360°-aanpak. Netmanager Catherine Castille: "Uit onderzoek blijkt dat kinderen de media steeds meer multiscreen gebruiken: ze kijken tv, surfen op het internet en maken volop gebruik van de mobiele platformen. Vanuit die vaststellingen kiest Ketnet resoluut voor een 360°-strategie waarbij elke Ketnetter op elk moment van de dag volgens zijn eigen behoeften en beschikbaarheid zijn gading zal vinden op één van de platformen van Ketnet: een volwaardig televisienet, een nieuwe website met ruimere mogelijkheden, en een mobiel aanbod."

De nieuwe strategie vertaalt zich in een doorgedreven horizontaal programmaschema: Ketnet zorgt 's morgens voor een aanbod dat kinderen (en ouders) begeleidt voor, tijdens en na de rush van opstaan en de voorbereidingen om naar school te gaan. Wanneer de oudere kinderen naar school zijn vertrokken, verschuift de focus naar de peuters en kleuters, die op dat moment nog wel thuis zijn. Rond de middag komen er programma's voor de iets oudere kinderen, die tijdens de middag van school naar huis komen voor het middagmaal, enz. Tussen 17 en 19 uur is het primetime voor Ketnet. Dan is er een sterk en breed toegankelijk avondaanbod met veel humor en *fun*, maar ook informatie.

Bij de voorstelling van de najaarsprogramma's voor 2012 maakt toenmalig netmanager Catherine Castille een eerste balans op: "Met onze vernieuwde programmering wilden we alle kinderen tot 12 jaar nog beter bedienen. En dat is gelukt. Sinds de verhuizing bereikten we op ons nieuwe kanaal 90% van de 4-12 jarigen. Uit kwalitatief onderzoek blijkt bovendien dat Ketnet inspeelt op alle dimensies die voor kinderen belangrijk zijn. Kinderen willen 'groot worden' (en zo ook

behandeld worden), zich betrokken voelen en dingen bijleren, maar ze willen ook actie en humor. Ketnet zorgt ervoor dat al die dimensies op een evenwichtige manier aan bod komen in de programmering. Dat is te danken aan de kwaliteit en variatie van ons aanbod."

Wouter Quartier, manager marktonderzoek en studiedienst van de VRT, wordt de nieuwe netmanager van Ketnet/OP12. Hij volgt Ketnet-netmanager Cathérine Castille op, die de openbare omroep op 1 december 2012 verlaat.

In 2015 wordt bekendgemaakt dat Maarten Janssen de nieuwe netmanager van Ketnet wordt. Hij vervangt Wouter Quartier, die als nieuwe digitale manager verantwoordelijk zal zijn voor de digitale transformatie van alle televisie- en radiomerken van de VRT.

12. Ketnet en diversiteit

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 ontplooien.

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.

13. 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.