

**TOEZICHT OP DE NALEVING  
DOOR DE OPENBARE OMROEP VAN  
DE BEHEERSOVEREENKOMST MET  
DE VLAAMSE GEMEENSCHAP:**

**RAPPORT 2009**



## INHOUD

<b>INLEIDING</b> .....	5
<b>DEEL I PERFORMANTIEMAATSTAVEN</b>	
<b>Artikel 16</b>	
Maatstaf 1: Bereik VRT verschillende media .....	6
Maatstaf 2: Weekbereik VRT-TV .....	8
Maatstaf 3: Weekbereik VRT-Radio .....	11
Maatstaf 4: Dagbereik journaals en informatiemagazines VRT-TV .....	12
Maatstaf 5: Dagbereik Nieuwsbulletins VRT-Radio .....	13
Maatstaf 6: Weekbereik cultuur op spoor 2 VRT-TV .....	14
Maatstaf 7: Weekbereik educatie op spoor 2 VRT-TV .....	16
 Maatstaf 8: Kwaliteitsbewaking .....	 18
 Maatstaf 9: Behoud uitzenduren cultuur .....	 30
 Maatstaf 10: Vlaamse producties VRT-Radio .....	 31
Maatstaf 11: Vlaamse producties VRT-TV .....	33
 <b>Artikel 24</b>	
Maatstaf 12: Digitalisering Productie- en Distributieproces .....	34
 <b>Artikel 28</b>	
Maatstaf 13: Transmissie .....	36
 <b>Artikel 32</b>	
Maatstaf 14: HR .....	39
 Maatstaf 15: Beheersing personeelskosten .....	 41
 Maatstaf 16: Diversiteitsbarometer .....	 43
 <b>Artikel 41</b>	
Maatstaf 17: Financieel .....	45
 <b>DEEL II AFGELEIDE PERFORMANTIEMAATSTAVEN</b>	
<b>Artikel 9</b>	
Diversiteit op de netten .....	49
Investerings in Vlaamse fictie .....	51

<b>Artikel 10</b>	
Radio 1 .....	53

<b>Artikel 11</b>	
RVi en BVN .....	56

<b>Artikel 14</b>	
Het interne productiehuis .....	58
Externe producties .....	62

### **DEEL III: CONCLUSIE & AANBEVELING**

Conclusie & aanbeveling .....	64
-------------------------------	----

### **DEEL IV BIJLAGEN**

Bijlage 1: Bereik van de verschillende VRT-media op maandbasis .....	65
Bijlage 2: Uittreksel uit het Huishoudelijk Reglement van het Centrum voor Informatie over de Media (CIM) – artikel 3 – gedragscode .....	66
Bijlage 3: Lijst van journaals en informatiemagazines op televisie.....	69
Bijlage 4: Jaaroverzicht gemiddeld dagbereik (% t.o.v. totaal aantal VRT-televisiekijkers) van journaals en informatiemagazines VRT .....	71
Bijlage 5: Lijst van programma's in het kader van het gevarieerd gamma cultuuruitingen via spoor 2 op televisie .....	86
Bijlage 6: Lijst van programma's in het kader van de educatieve opdracht van de VRT via spoor 2 op televisie .....	93
Bijlage 7: Overzicht van prijzen en nominaties in 2009 .....	97
Bijlage 8: Overzicht van de Vlaamse muziekproducties op de VRT-radionetten .....	102
Bijlage 9: IPSOS Belgium-onderzoek inzake de herkenning van minstens 1 VRT-radio-kanaal als een radio met een Nederlandstalig muziekprofiel .....	103
Bijlage 10: Beslissing 2009/050: Aanvraag licentie radio-omroepnetwerk NV Norkring België ...	120
Bijlage 11: Beslissing 2009/051: Aanvraag licentie televisieomroepnetwerk NV Norkring België.....	123
Bijlage 12: Overzicht van de Vlaamse TV-producties en co-producties uitgezonden op de generalistische televisiekanalen van de VRT (18u00-23u00) .....	126
Bijlage 13: Ontvangst middengolfzender VRT.....	135

## INLEIDING

Voor het derde jaar op rij heeft de Vlaamse Regulator voor de Media toezicht uitgeoefend op de naleving door de openbare omroep van de beheersovereenkomst 2007-2011 met de Vlaamse Gemeenschap. Het voorliggend rapport is de neerslag van het uitgevoerde toezicht<sup>1</sup>.

Het toezicht betreft de inhoudelijke bepalingen van de beheersovereenkomst van de VRT met de Vlaamse Gemeenschap en is niet van financiële of budgettaire aard<sup>2</sup>. Dit toezicht is complementair met de supervisie door de gemeenschapsafgevaardigde in opdracht van de Vlaamse Regering.

Naar analogie met het voorgaande rapport, werd ook dit jaar gewerkt aan de hand van informele semestriële rapporteringen. Op deze manier kunnen de aangeleverde en controledata op regelmatige wijze geanalyseerd worden en, waar nodig, onderling besproken worden.

Wat betreft de performantiemaatstaven, die onder deze titel zijn opgenomen in de beheersovereenkomst van de VRT, en de afgeleiden performantiemaatstaven, die in de tekst van de beheersovereenkomst verweven zijn, werd gebruik gemaakt van het door beide partijen ontwikkelde gezamenlijk kader. Afhankelijk van de aard van de performantiemaatstaven, werden door de VRT zowel cijfergegevens als beschrijvende passages overgemaakt aan de Regulator. De cijfergegevens zijn zowel afkomstig van de PPM-studie (Portable People Meter) en CIM, als van de Studiedienst van de VRT. De cijfergegevens die door de Studiedienst van de VRT werden aangeleverd, werden door de Regulator steekproefsgewijs gecontroleerd aan de hand van controlegegevens.

In het eerste deel van dit voorliggend rapport worden de performantiemaatstaven, zoals opgenomen in de beheersovereenkomst tussen de VRT en de Vlaamse Gemeenschap, besproken. In een tweede deel werd een analyse doorgevoerd van de passages uit de beheersovereenkomst die met deze performantiemaatstaven verbonden zijn. Zoals zal blijken uit dit rapport is het merendeel van de performantiemaatstaven ruimschoots behaald. Over de afgeleide performantiemaatstaven kan niet altijd een conclusie getrokken worden, wegens het ontbreken van gegevens. De Regulator dringt er dan ook op aan dat de VRT verder systemen uitbouwt voor de verschillende engagementen die zijn opgenomen in de beheersovereenkomst.

Dit rapport eindigt met de conclusie en aanbeveling door de Regulator. Deze aanbeveling moet de openbare omroep in staat stellen om de beheersovereenkomst met de Vlaamse Gemeenschap nog beter op te volgen en stellen de Regulator in de mogelijkheid om het toezicht nog beter uit te voeren.

<sup>1</sup> Conform artikel 218, § 2, 9°, van het decreet betreffende de radio-omroep en de televisie van 27 maart 2009, houdt de algemene kamer van de Vlaamse Regulator voor de Media toezicht op de naleving door de openbare omroeporganisatie van de beheersovereenkomst met de Vlaamse Gemeenschap, en rapporteert hier jaarlijks over aan de Vlaamse Regering.

<sup>2</sup> In de Memorie van Toelichting van het ontwerp van decreet houdende de oprichting van het publiekrechtelijk vormgegeven extern verzelfstandigd agentschap Vlaamse Regulator voor de Media en houdende wijziging van sommige bepalingen van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005 staat het volgende inzake het nieuwe artikel 169 (stuk 464 nr. 1, p. 9): "Tenslotte treedt de algemene kamer ook op als onafhankelijk orgaan dat toezicht houdt op de naleving van de beheersovereenkomst door de openbare omroep. Het gaat niet om een financieel of een budgettair toezicht, wel om een toezicht op de naleving van de inhoudelijke bepalingen van de beheersovereenkomst. Hierover wordt jaarlijks gerapporteerd aan de Vlaamse Regering. Deze bevoegdheid van de VRM is complementair met het toezicht door de Vlaamse Regering via de gemeenschapsafgevaardigde zoals geregeld in artikel 25 van de gecoördineerde decreten."

## DEEL I: PERFORMANTIEMAATSTAVEN

### ARTIKEL 16

#### STRATEGISCHE DOELSTELLING 1: BEREIKEN VAN EEN GROOT PUBLIEK

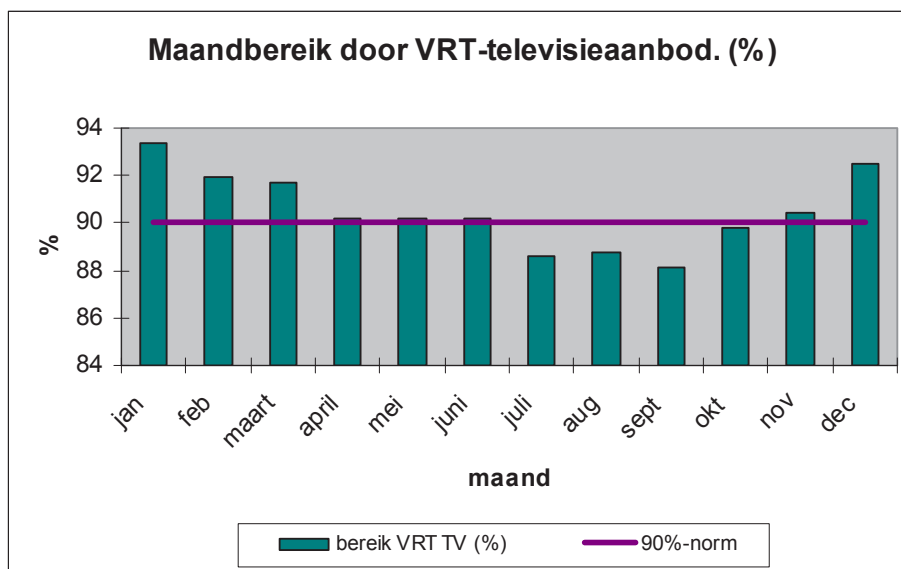
**MAATSTAF 1. DE VRT ZAL MET ZIJN AANBOD OVER DE VERSCHILLENDE MEDIA<sup>3</sup> OP MAANDBASIS MINSTENS 90% VAN DE BEVOLKING<sup>4</sup> BEREIKEN<sup>5</sup>.**

Om deze maatstaf te behalen dient de VRT met zijn aanbod van radio of televisie op maandbasis minstens 90 % van de bevolking te bereiken.

Uit de cijfers die door de VRT zijn overgemaakt blijkt dat de openbare omroep in 2009 via zijn televisieaanbod maandelijks tussen de 88,1% en 93,4% van de bevolking bereikt (grafiek 1).

Wat het radioaanbod betreft, blijkt uit de cijfers van de CIM-studie dat de openbare omroep 81,3% van de bevolking bereikt in de periode van 10 januari 2009 tot en met 16 mei 2009, in de periode 16 augustus 2009 tot en met 19 december 2009 lag het bereik op 81,1%. Via VRT-online werd in 2009 tussen 35,7% en 43,1% van de bevolking bereikt.

In bijlage 1 werd een overzichtstabel geplaatst met de jaarcijfers 2009 voor VRT-televisie, -radio en -online.



Grafiek 1: Maandbereik door VRT-televisieaanbod (%)

In tegenstelling tot de voorgaande rapporteringen, waar VRT-televisie elke maand meer dan 90% bereik wist te behalen, is dit in 2009 niet het geval. In de maanden juli tot en met oktober 2009 lag het bereik van VRT-televisie dan ook onder 90%. In vergelijking met de voorgaande rapporteringen volstaat de rapportering van het bereik van het televisieaanbod dus niet meer om het behalen van deze

<sup>3</sup> Hier worden in de eerste plaats TV en radio bedoeld, maar zonder andere mediatypes uit te sluiten.

<sup>4</sup> Bevolking: gangbare referentiegroep die in de officiële onderzoeken wordt gebruikt: bij TV is dit 4+, bij radio 12+.

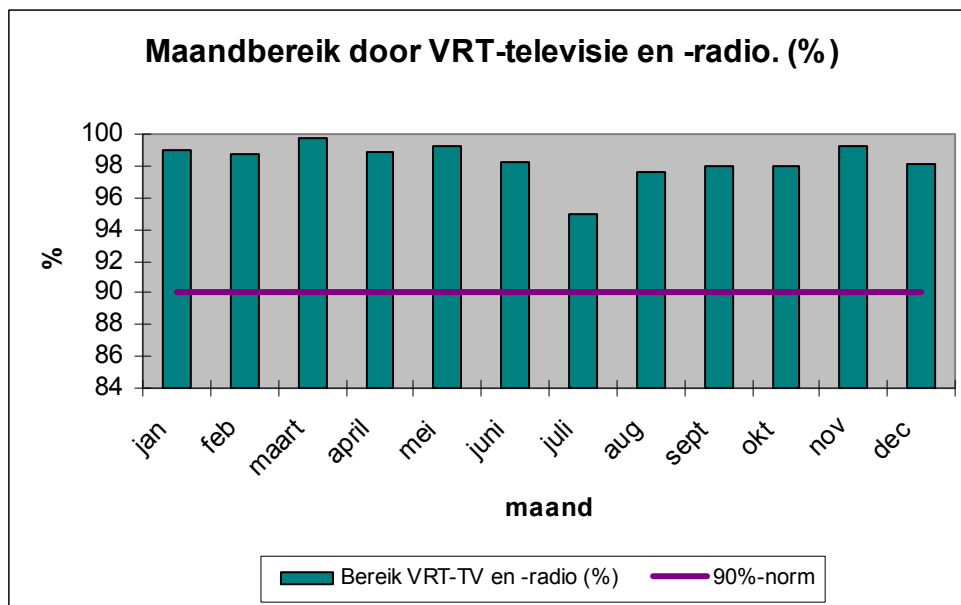
<sup>5</sup> Bereik: verklaart in de laatste maand minstens éénmaal met het VRT-aanbod in contact gekomen te zijn. Kan opgemeten worden door CIM PMP onderzoek of ander betrouwbare referentie.

performantiemaatstaf te kunnen aantonen. Bijgevolg wordt gewerkt met een gecombineerd bereik van radio en televisie.

De VRT meldt dat vanaf 2009, wat betreft de rapportering van het gecombineerd bereik van radio en televisie, gebruikgemaakt kan worden van de PPM (Portable People Meter)-studie. Dit onderzoek wordt sinds 2003 onafgebroken uitgevoerd door het onafhankelijke onderzoeksbureau TNS MEDIA in opdracht van de VRT en de VAR. Ten gevolge afspraken binnen het CIM, waarvan de VRT lid is, kan de openbare omroep vanaf 2009 rapporteren over gegevens die niet beschikbaar zijn in de CIM-Radiostudie. In het in 2009 goedgekeurde huishoudelijk reglement staat onder artikel 3.2. "Het staat elk CIM lid vrij om, buiten het kader van het CIM, gelijk welk media onderzoek te organiseren"<sup>6</sup>.

Het gecombineerd bereikcijfer (grafiek 2) is het resultaat van een meting van de bereikcijfers van de VRT-televisienetten en VRT-radionetten bij een zelfde panel van respondenten (minimum 15 minuten kijken naar VRT-televisienet of luisteren naar een VRT-radionet zonder onderbreking).

Op basis van deze cijfers kan worden vastgesteld dat de 90% maatstaf behaald is.



Grafiek 2: Maandbereik door VRT-televisie en -radio (%)

**CONCLUSIE: De VRT blijkt deze maatstaf behaald te hebben.**

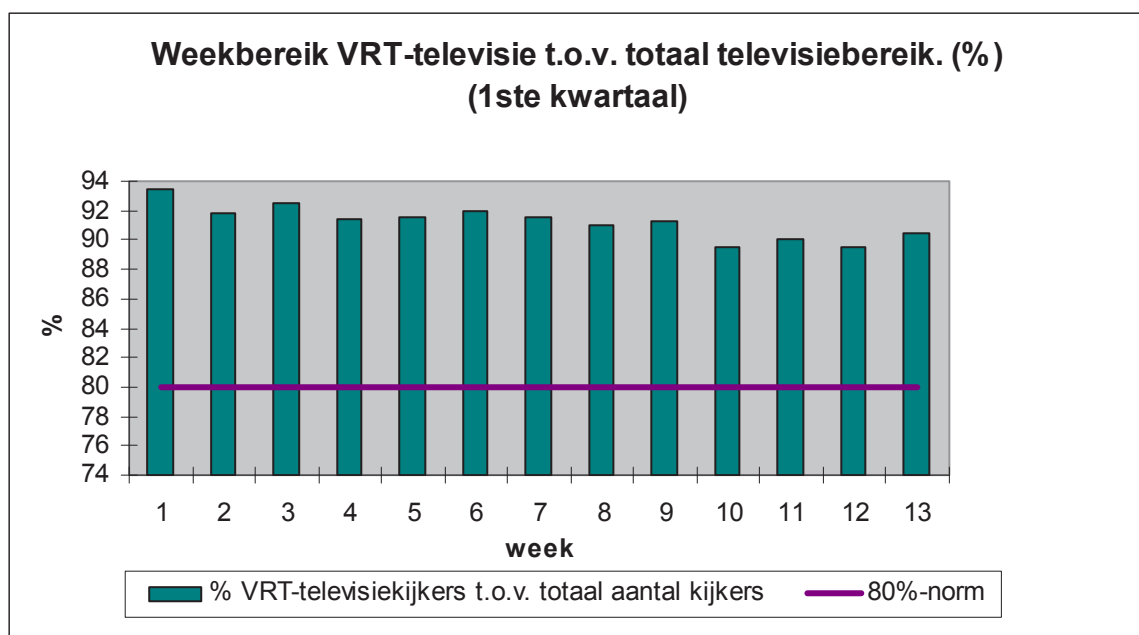
<sup>6</sup> Zie hiervoor ook bijlage 2, Uittreksel uit het Huishoudelijk Reglement van het Centrum voor Informatie over de Media (CIM) – artikel 3 – gedragscode.

**MAATSTAF 2: DE VRT ZAL MET ZIJN VERSCHILLENDE TELEVISIEKANALEN OP WEEKBASIS MINSTENS 80 % VAN DE TELEVISIEKIJKENDE BEVOLKING BEREIKEN .**

Om deze maatstaf te behalen dient de VRT met zijn verschillende televisiekanalen op weekbasis minstens 80 % van de televisiekijkende bevolking te bereiken<sup>7</sup>.

Uit de cijfers die door de VRT zijn overgemaakt blijkt dat de VRT in 2009 met zijn verschillende televisiekanalen op weekbasis tussen 84,2 % en 93,4% van de televisiekijkende bevolking bereikt.

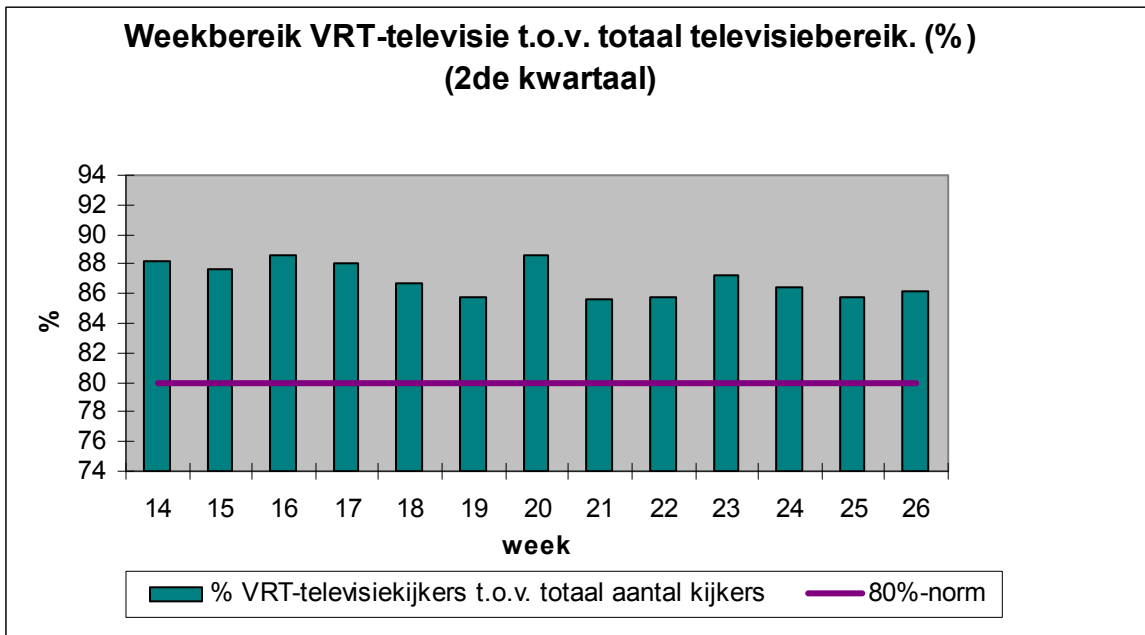
In volgende grafieken wordt per kwartaal het weekbereik van de VRT-televisiekanalen weergegeven. Hieruit blijkt dat de maatstaf van minstens 80% behaald is.



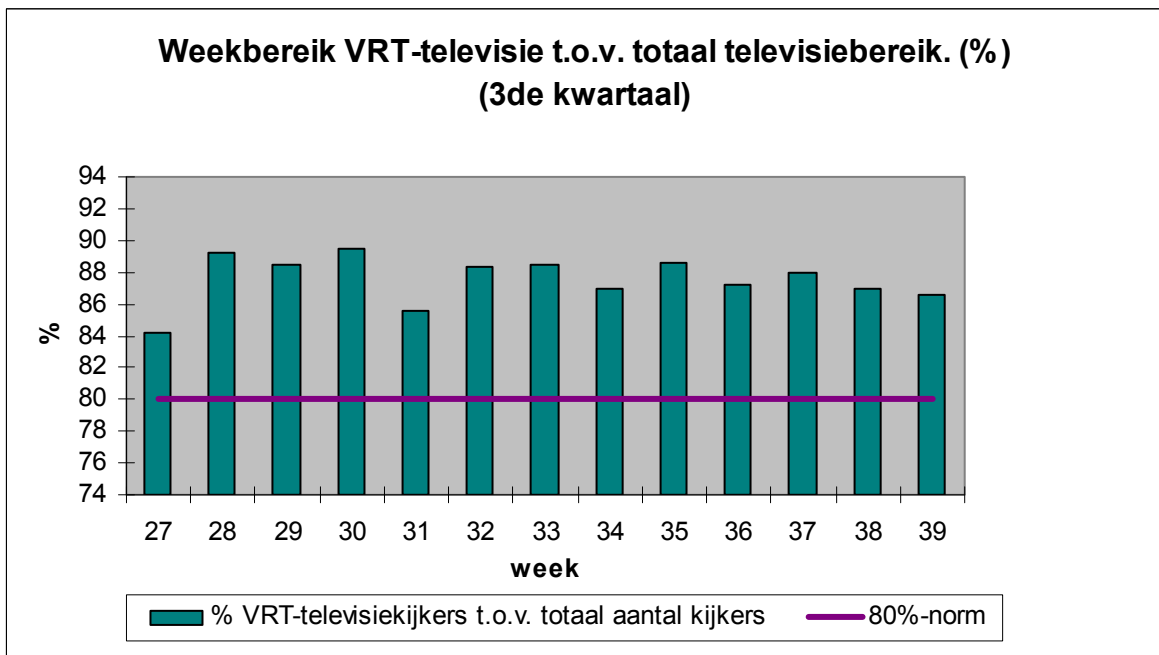
Grafiek 3: Weekbereik VRT-televisie t.o.v. totaal televisiebereik (%) – 1ste kwartaal

<sup>7</sup> Bereikdefinitie televisiekanalen: minstens 15 minuten consecutief gekeken naar lineair aanbod en aanbod op aanvraag (binnen 7 dagen geraadpleegd).

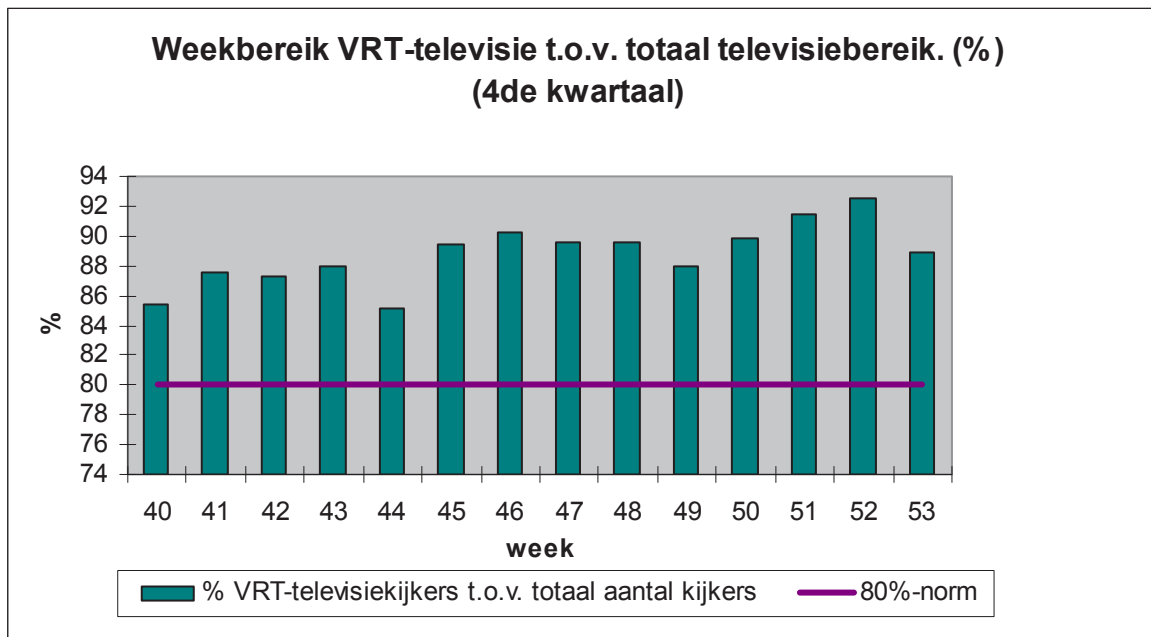




Grafiek 4: Weekbereik VRT-televisie t.o.v. totaal televisiebereik (%) – 2de kwartaal



Grafiek 5: Weekbereik VRT-televisie t.o.v. totaal televisiebereik (%) – 3de kwartaal



Grafiek 6: Weekbereik VRT-televisie t.o.v. totaal televisiebereik (%) – 4de kwartaal

**CONCLUSIE: De VRT blijkt deze performantiemaatstaf behaald te hebben.**

**MAATSTAF 3: DE VRT ZAL MET ZIJN VERSCHILLENDE RADIOKANALEN OP WEEKBASIS MINSTENS 80% VAN DE RADIOLUISTERENDE BEVOLKING BEREIKEN<sup>8</sup>.**

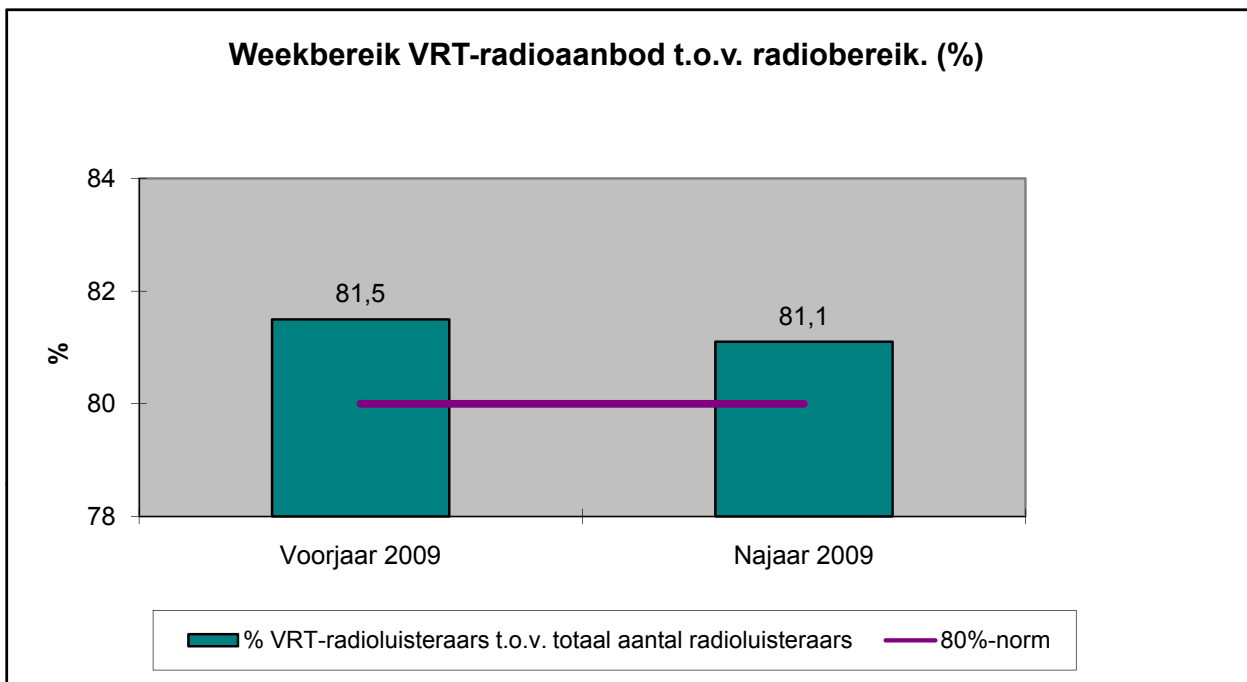
Om deze maatstaf te behalen dient de VRT met zijn verschillende radiokanalen op weekbasis minstens 80% van de radioluisterende bevolking te bereiken.

Volgens de resultaten van CIM-golf 18 (10 januari 2009 – 16 mei 2009) bereikt de VRT met zijn radiokanalen gemiddeld op weekbasis 81,5% van de radioluisterende bevolking.

Volgens de resultaten van CIM-golf 19 (16 augustus – 19 december 2009) bereikt de VRT met zijn radiokanalen gemiddeld op weekbasis 81,1% van de radioluisterende bevolking.

Dit betekent dat de VRT gemiddeld op weekbasis 81,2% van de radioluisterende bevolking bereikt.

Uit de volgende grafiek blijkt dat de maatstaf van gemiddeld minstens 80% op weekbasis behaald is.



Grafiek 7: Weekbereik VRT-radioaanbod t.o.v. radiobereik (%)

**CONCLUSIE: De VRT blijkt deze performantiemaatstaf behaald te hebben.**

<sup>8</sup> Bereikdefinitie radiokanalen: minstens 15 minuten consecutief geluisterd naar lineair aanbod en aanbod op aanvraag (binnen 7 dagen geraadpleegd).

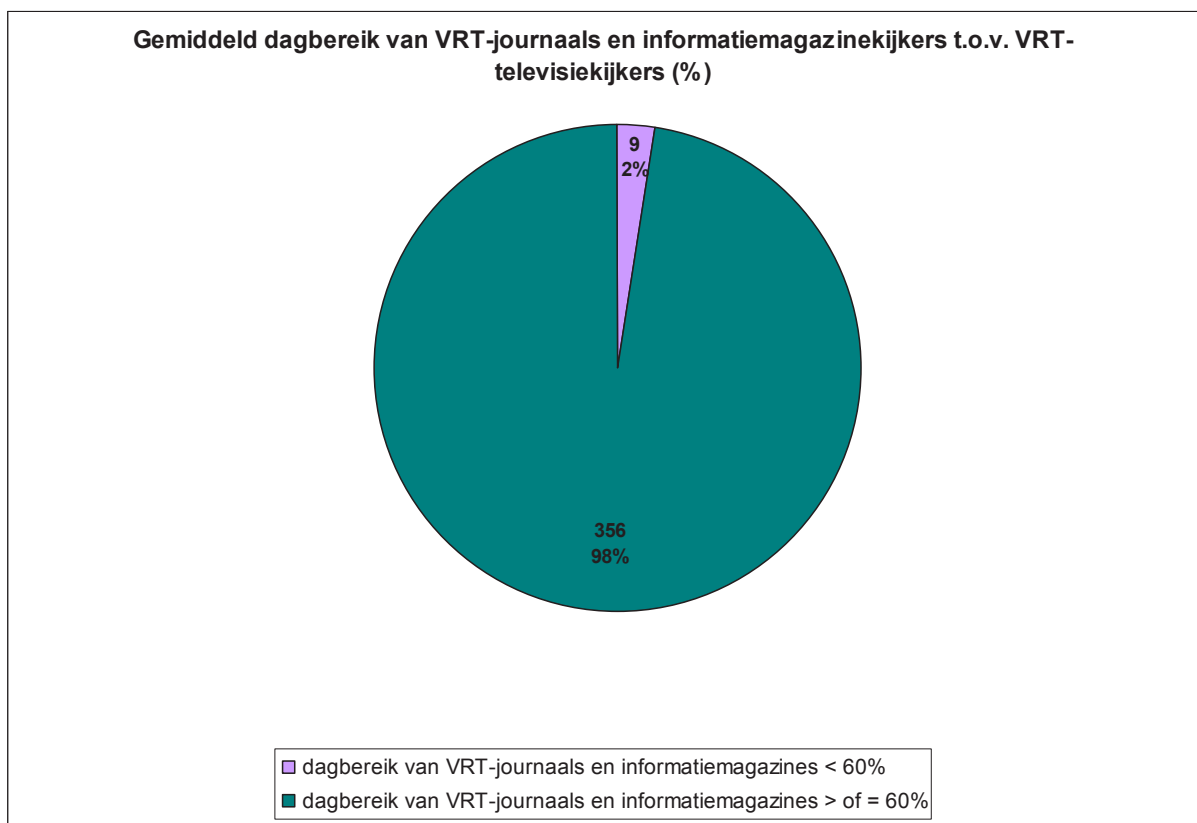
**MAATSTAF 4: DE VRT ZAL MET DE TOTALITEIT VAN ZIJN JOURNAALS EN INFORMATIEMAGAZINES OP ZIJN TELEVISIEKANALEN GEMIDDELD PER DAG 60% VAN DE VRT-TELEVISIEKIJKERS BEREIKEN.**<sup>9</sup>

Om deze maatstaf te behalen dient de VRT met de totaliteit van zijn journaals en informatiemagazines<sup>10</sup> op zijn televisiekanalen gemiddeld per dag 60 % van de VRT-televisiekiijkers te bereiken.

Uit de cijfers die door de VRT zijn overgemaakt blijkt dat de VRT met zijn journaals en informatiemagazines dagelijks tussen de 54,7% en 92,2% van de VRT-televisiekiijkers bereikt.

De VRT bereikt in 2009 gemiddeld per dag 71,9% van de VRT-televisiekiijkers met zijn journaals en informatiemagazines.

Uit de grafiek blijkt dat de maatstaf van gemiddeld per dag 60% behaald is.<sup>11</sup>



Grafiek 8: Gemiddeld dagbereik van VRT-journaals en informatiemagazinekijkers t.o.v. VRT-televisiekiijkers (%)

**CONCLUSIE: De VRT blijkt deze performantiemaatstaf behaald te hebben.**

<sup>9</sup> Definitie van bereik: minstens 25% van de uitzending gekeken, lineair of op aanvraag (binnen 7 dagen geraadpleegd).

<sup>10</sup> Het overzicht van de journaals en informatiemagazines is als bijlage 3 opgenomen.

<sup>11</sup> Het overzicht met de percentages is als bijlage 4 opgenomen.

**MAATSTAF 5: DE VRT ZAL MET ZIJN NIEUWSBULLETINS OP DE DIVERSE RADIOKANALEN PER DAG 80% VAN DE VRT-LUISTERAARS BEREIKEN.<sup>12</sup>**

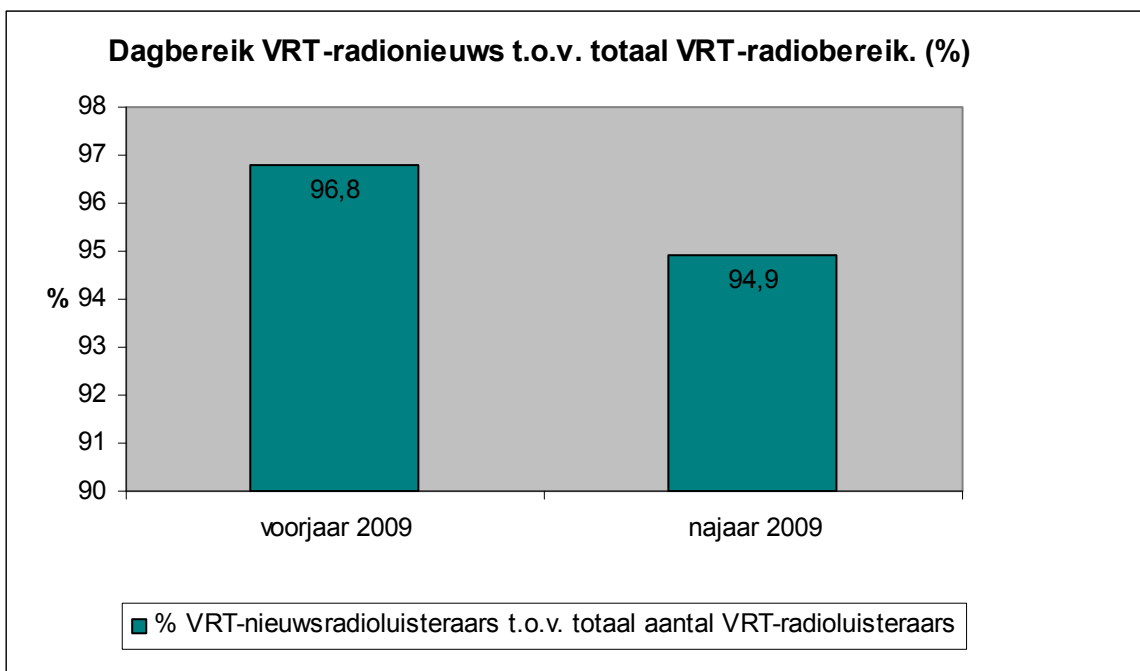
Om deze maatstaf te behalen dient de VRT met zijn nieuwsbulletins op de diverse radiokanalen per dag 80 % van de VRT-luisteraars te bereiken.

Volgens de resultaten van CIM-golf 18 (10 januari 2009 – 16 mei 2009) bereikt de VRT met zijn nieuwsbulletins op de diverse radiokanalen per dag 96,8% van de VRT-luisteraars.

Volgens de resultaten van CIM-golf 19 (16 augustus 2009 – 19 december 2009) bereikt de VRT met zijn nieuwsbulletins op de diverse radiokanalen per dag 94,9% van de VRT-luisteraars.

Dit betekent dat de VRT gemiddeld op dagbasis met zijn nieuwsbulletins 95,9% van de VRT-luisteraars bereikt.

Uit volgende grafiek blijkt dat de maatstaf van gemiddeld minstens 80% op dagbasis behaald is.



Grafiek 9: Dagbereik VRT-radionieuws t.o.v. totaal VRT-radiobereik (%)

**CONCLUSIE: De VRT blijkt deze performantiemaatstaf behaald te hebben.**

<sup>12</sup> Bereikdefinitie op dagbasis: minimum 10 minuten luisteren.

**MAATSTAF 6: DE GENERALISTISCHE TELEVISIEKANALEN ZULLEN VIA SPOOR 2 EEN GEVARIEERD GAMMA CULTUURUITINGEN<sup>13</sup> AAN BOD LATEN KOMEN WAARMEE ZE OP WEEKBASIS 20% VAN DE BEVOLKING BEREIKEN<sup>14</sup>.**

Om deze maatstaf te behalen dient de VRT met zijn gevarieerd gamma cultuuruitingen op de generalistische televisiekanalen op weekbasis 20 % van de bevolking te bereiken.

Uit de cijfers die door de VRT zijn overgemaakt blijkt dat de VRT via zijn gevarieerd gamma cultuuruitingen tussen de 12,2% (week 23) en 62,5% (week 1) van de bevolking bereikt. Gedurende 1 van de 53 weken is de 20%-norm niet behaald.

De VRT bereikt in 2009 gemiddeld per week 37,5% van de bevolking met het gevarieerd gamma cultuuruitingen.

De hierboven aangehaalde gegevens, betreffen interne cijfers van de VRT. De Vlaamse Regulator voor de Media heeft een steekproefsgewijze controle uitgevoerd voor week 27 (29 juni – 05 juli 2009) en week 43 (19 oktober – 25 oktober 2009).

Hieruit blijkt dat de opgegeven cijfers en uitzendingen die door de VRT overgemaakt zijn, kloppen met het aantal uitgezonden programma's. Dit is gemeten door de vergelijking te maken tussen de lijst met de ontvangen data van de VRT en de programmatie die opgenomen is in een dagblad in de periode van bovenvermelde data.

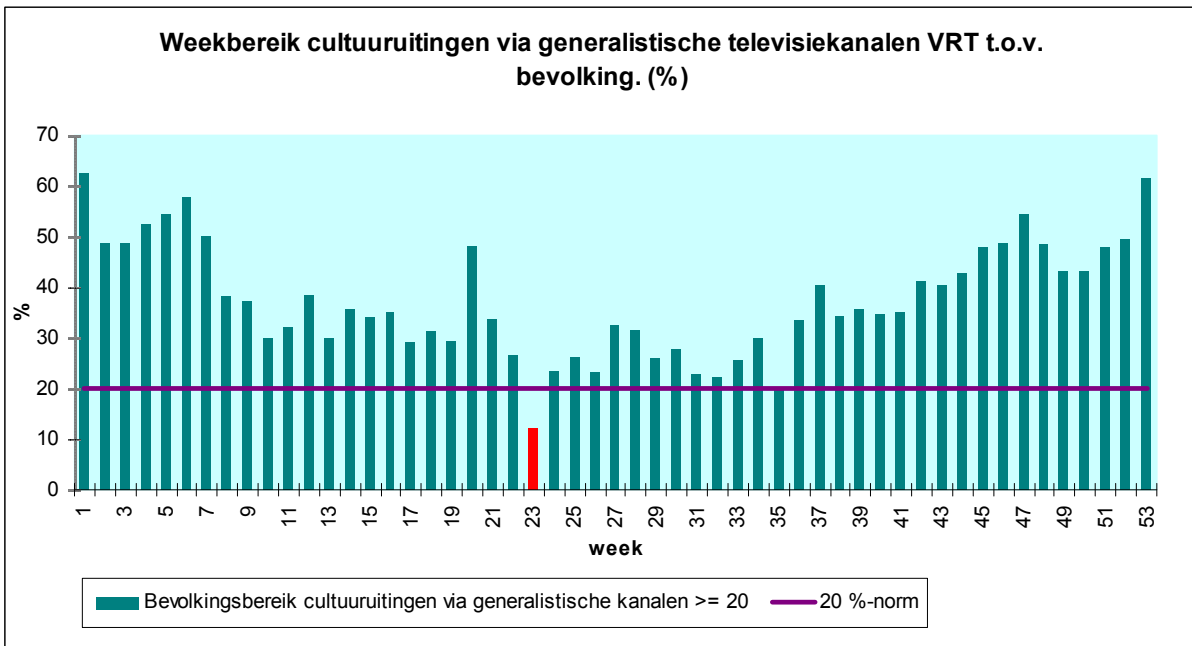
De VRT duidt programma's als cultuurprogramma's op basis van de definitie die in de beheersovereenkomst en het addendum van de beheersovereenkomst van de VRT zijn opgenomen, op basis van een geïntegreerde historische databank en op basis van diverse externe bronnen (Humo, Filmmagie, gespecialiseerde websites, Viewtime). Het aftoetsen en valideren van de programma's gebeurt door de medewerkers van de cel marktstrategie. Voor programma's waarover geen eenduidigheid bestaat, wordt beroep gedaan op het intern valideringscomité 'Performantiemaatstaven cultuur en educatie'. De heer Marc Coenen (Algemeen Directeur Marktstrategie), Wouter Quartier (Manager Studiedienst), Peter Goyvaerts (Manager Aanbodstrategie), Jan Hautekiet (Coördinator OO-domeinen: cultuur, muziek en eigen fictie) en mevrouw Tineke Hermans (Coördinator OO-domeinen: nieuws & informatie, sport en kennis & wetenschap) zijn de leden van dit comité. Het comité heeft de eindbeslissing over het al dan niet opnemen van een programma binnen het gevarieerd gamma cultuuruitingen via spoor 2.

Een volledig overzicht van de cultuurprogramma's die in 2009 zijn uitgezonden, kan worden geraadpleegd in bijlage 5. Zowel de lijst als de methodiek is door de Vlaamse Regulator voor de Media gevalideerd.

Uit volgende grafiek blijkt dat de maatstaf van gemiddeld 20% op weekbasis behaald is.

<sup>13</sup> VRT vult "cultuur" als volgt in: audio - of audiovisuele programma's, producten en bijdragen over podiumkunsten (waaronder onder meer opera, ballet, concerten van klassieke en moderne muziek, folk, kleinkunst, theater, circus, cabaret enzovoort), volkscultuur (materieel en immaterieel erfgoed), amateurkunsten, kunstuitingen uit het socio-culturele veld, beeldende kunsten, humane wetenschappen (literatuur, taal, geschiedenis), mode en design, architectuur en urbanisme, cultureel en culinair toerisme, en over culturen en cultuuruitingen van andere volkeren en/of gemeenschappen; film (cinefiele film, de kortfilm, waarheidsgetrouwe verfilmingen of tv-registraties van werken uit de Vlaamse, Nederlandse of de wereldliteratuur en filmklassiekers); kwalitatief hoogstaande Vlaamse fictie.

<sup>14</sup> Definitie van bereik: minimum 15 minuten consecutief gekeken lineair of op aanvraag (binnen 7 dagen geraadpleegd).



Grafiek 10: Weekbereik cultuuruitingen via generalistische televisiekanalen VRT t.o.v. bevolking (%)

**CONCLUSIE: De VRT blijkt deze performantiemaatstaf behaald te hebben.**

**MAATSTAF 7: DE VRT ZAL ZIJN EDUCATIEVE OPDRACHT TER HARTE NEMEN. DE GENERALISTISCHE TELEVISIEKANALEN ZULLEN DAARMEE<sup>15</sup> VIA SPOOR 2 OP WEEKBASIS 25% VAN DE BEVOLKING BEREIKEN<sup>16</sup>.**

Om deze maatstaf te behalen dient de VRT met zijn educatieve programma's via de generalistische televisiekanalen op weekbasis 25 % van de bevolking te bereiken.

Uit de cijfers die door de VRT zijn overgemaakt blijkt dat de VRT via zijn educatieve programma's tussen de 23,0% (week 44) en 51,4% (week 1) van de bevolking bereikt. Gedurende 1 van de 53 weken is de 25%-norm niet behaald.

De VRT bereikt in 2009 gemiddeld per week 36,1% van de bevolking in het kader van de educatieve opdracht.

De hierboven aangehaalde gegevens, betreffen interne cijfers van de VRT. De Vlaamse Regulator voor de Media heeft een steekproefsgewijze controle uitgevoerd voor week 27 (29 juni – 05 juli 2009) en week 43 (19 oktober – 25 oktober 2009).

Hieruit blijkt dat de opgegeven cijfers en uitzendingen die door de VRT overgemaakt zijn, kloppen met het aantal uitgezonden programma's. Dit is gemeten door de vergelijking te maken tussen de lijst met de ontvangen data van de VRT en de programmatie die opgenomen is in een dagblad in de periode van bovenvermelde data.

De VRT duidt de programma's die onder deze rubriek vallen aan op basis van de definitie die in de beheersovereenkomst en het addendum van de beheersovereenkomst van de VRT zijn opgenomen, op basis van een geïntegreerde historische databank en op basis van diverse externe bronnen (Humo, Filmmagie, gespecialiseerde websites, Viewtime). Het aftoetsen en valideren van de programma's gebeurt door de medewerkers van de cel marktstrategie. Voor programma's waarover geen eenduidigheid bestaat, wordt beroep gedaan op het intern valideringscomité 'Performantiemaatstaven cultuur en educatie'. De heer Marc Coenen (Algemeen Directeur Marktstrategie), Wouter Quartier (Manager Studiedienst), Peter Goyvaerts (Manager Aanbodstrategie), Jan Hautekiet (Coördinator OO-domeinen: cultuur, muziek en eigen fictie) en mevrouw Tineke Hermans (Coördinator OO-domeinen: nieuws & informatie, sport en kennis & wetenschap) zijn de leden van dit comité. Het comité heeft de eindbeslissing over het al dan niet opnemen van een programma binnen het gevarieerd gamma educatieve programma's via spoor 2.

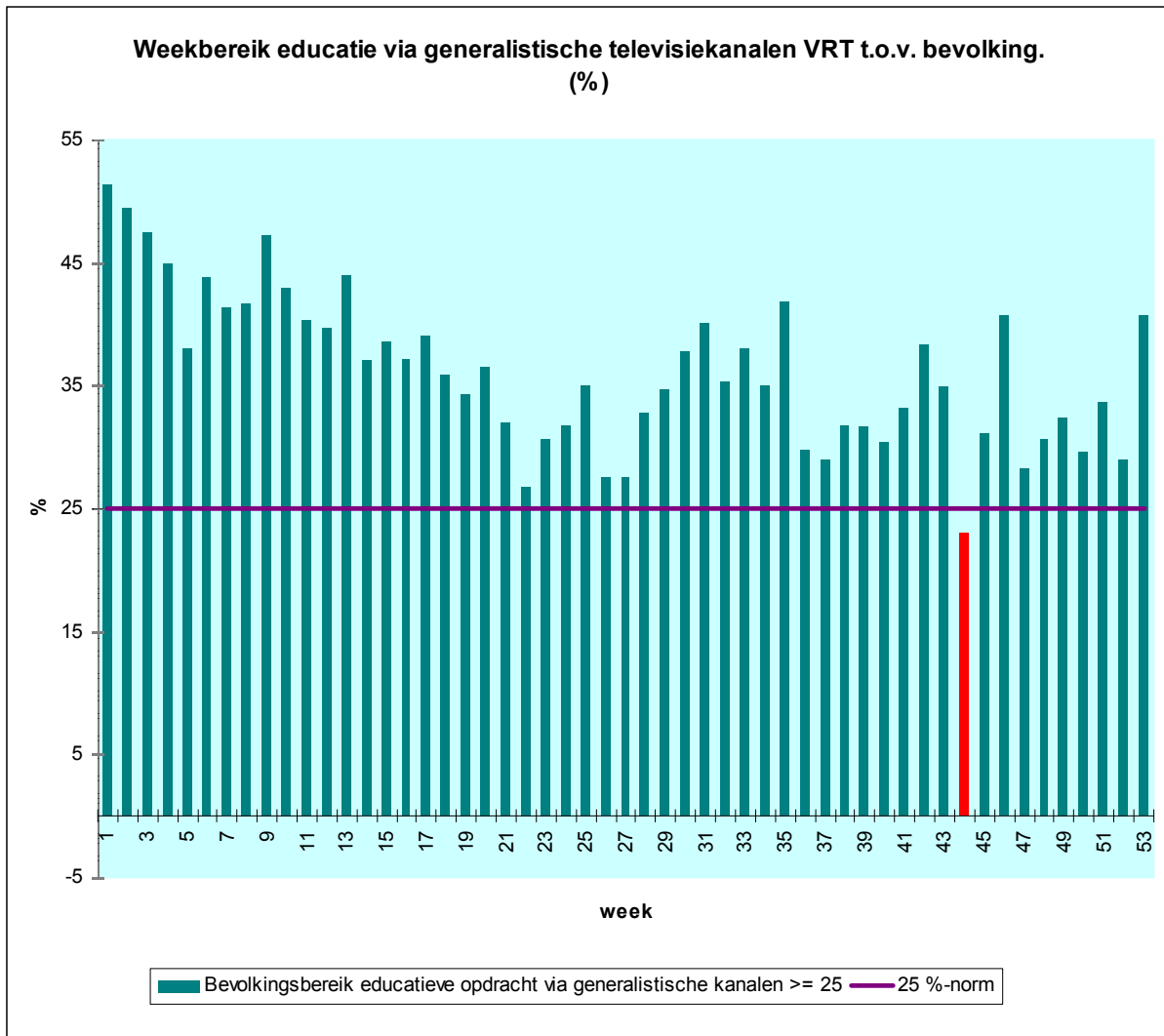
Een volledig overzicht van de educatieve programma's die in 2009 zijn uitgezonden, kan worden geraadpleegd in bijlage 6. Zowel de lijst als de methodiek is door de Vlaamse Regulator voor de Media gevalideerd.

Uit volgende grafiek blijkt dat de maatstaf van gemiddeld 25% op weekbasis behaald is.

<sup>15</sup> De programma's die onder deze noemer vallen, zijn te typeren als documentaires en magazines over wetenschap & techniek, geneeskunde, natuur, dieren, geschiedenis, programma's met praktische weetjes (kook-, tuin en woonprogramma's) en didactische Ketnetprogramma's.

<sup>16</sup> Definitie van bereik: minimum 15 minuten consecutief gekeken, lineair of op aanvraag (binnen 7 dagen geraadpleegd).





Grafiek 11: Weekbereik educatie via generalistische televisiekanalen VRT t.o.v. bevolking (%)

**CONCLUSIE: De VRT blijkt deze performantiemaatstaf behaald te hebben.**

## STRATEGISCHE DOELSTELLING 2: KWALITEIT VAN HET AANBOD

**MAATSTAF 8: DE VRT VERBINDT ER ZICH TOE DOOR MIDDEL VAN EEN PERMANENT SYSTEEM VAN KWALITEITSBEWAKING DE PUBLIEKE, FUNCTIONELE, ETHISCHE, OPERATIONELE EN PROFESSIONELE KWALITEIT TE GARANDEREN.**

Om deze performantiemaatstaf te behalen dient de VRT een permanent systeem van kwaliteitsbewaking inzake de functionele, publieke, ethische en operationele kwaliteit te garanderen.

De beheersovereenkomst bepaalt dat aandacht moet worden besteed aan:

### 1. Functionele kwaliteit:

- De opvolging van het programma-aanbod op TV.
- Waarderings- en tevredenheidsonderzoek naar omroep, medium, net en programma.

### 2. Publieke kwaliteit:

- Evaluatie van de invulling van de openbare omroepdomeinen.
- De opvolging van missie en waarden door een permanente waarden- en innovatiemeter.

### 3. Ethische kwaliteit:

- De bijzondere aandacht voor positieve beeldvorming wordt gerapporteerd op basis van een monitor diversiteit.

### 4. Operationele kwaliteit:

- Evaluatie van de operationele en professionele kwaliteit.

De VRT heeft beschrijvend aangegeven hoe door middel van een permanent systeem van kwaliteitsbewaking de publieke, functionele, ethische, operationele en professionele kwaliteit gegarandeerd werd.

Volgende passages zijn in het kader van dit rapport relevant:

## Kwaliteit

De VRT werkte de voorbije jaren aan een model voor het meten van relevantie, efficiëntie en maatschappelijke impact. De omroep inspireerde zijn model op de kwaliteitskaart van de Nederlandse publieke omroep.

In het najaar van 2009 kon de waarderingsmonitor van start gaan. Een representatieve steekproef van mediagebruikers wordt voortaan dagelijks gevraagd de prestaties van de VRT op verschillende kwaliteitsindicatoren te evalueren.

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

- o Functionele kwaliteit is de mate waarin het aanbod tegemoetkomt aan de wensen van de media

gebruiker: hoeveel mediagebruikers worden bereikt? Hoe tevreden zijn de mediagebruikers over de programma's, de netten en de VRT als geheel?

- o Publieke en ethische kwaliteit is de mate waarin het VRT-aanbod voldoet aan de noden van de maatschappij. Daarbij wordt enerzijds de aandacht voor de openbare omroepdomeinen gemeten. Anderzijds worden ook de maatschappelijke rol en impact van de VRT gemeten, dit aan de hand van vijf parameters. Het betreft de parameters diversiteit, innovatie, informatief, maatschappelijke impact en kwaliteit.

Deze parameters worden concreet ingevuld op basis van de perceptie van de mediagebruiker. Daarnaast worden deze variabelen ook gemeten aan de hand van inhoudelijke programma-analyses, de inventarisatie van het gebruik van nieuwe technologieën, de publieke opkomst bij VRT-evenementen en de samenwerkingen met partners.

- o Operationele kwaliteit is de mate waarin het aanbod op een (kosten-) efficiënte manier tot stand komt.

De resultaten uit de waarderingsmonitor bepalen samen met de resultaten uit ander kijk-, luister- en imago-onderzoek de functionele, publieke en ethische kwaliteit van de openbare omroep.

### Publieke kwaliteit

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

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

De VRT stelt dat de missie en de waarden centraal staan bij het aanbod van de omroep. In 2009 startte de VRT met een waarderingsmonitor. Deze monitor is ook een waarden- en innovatiemeter voor de programma's en de netten.

### Universaliteit en complementariteit

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

Canvas/Ketnet bereikt alle bevolkingsgroepen. De hoogste sociale groepen kijken wel relatief vaker naar Canvas/Ketnet (30,2% ten opzichte van 20,7% voor het totaal van de Vlaamse tv-zenders).

Het kijkerspubliek van Eén sluit nauw aan bij een dwarsdoorsnede van het profiel van de bevolking. De ouderen kijken wel relatief vaker naar Eén dan naar de andere Vlaamse tv-zenders.

Ketnet richt zich tot de min-12-jarigen. Dat blijkt ook uit de profieldoorsnede van het net.

Radio 1, Radio 2, Klara, Studio Brussel en MNM bereikten in 2009 samen de hele samenleving in al haar sociodemografische facetten. Dat blijkt uit de jaarlijkse complementariteitsanalyse van de VRT-Studiedienst. De netten hebben wel hun eigen netprofiel qua geslacht, leeftijd, beroep en opleiding. Die profielen vullen elkaar aan.

## Functionele kwaliteit

De VRT stelt dat hij een media-aanbod maakt dat voldoet aan de wensen van de mediagebruikers. Om dit te bereiken gaat de VRT regelmatig de behoeften van de mediagebruikers na en wordt bekeken in welke mate de omroep deze invult.

### Complementariteit en opvolging van het tv- en radioaanbod

In 2009 spraken alle VRT-televisienetten samen met hun aanbod bijna alle Vlaamse kijkers aan. Daarin speelde elk net zijn eigen rol. Ook op het vlak van het radio-aanbod wist de VRT met zijn aanbod van radionetten bijna alle Vlaamse luisteraars aan te spreken.

De VRT deelt, net als andere openbare omroepen, zijn tv-aanbod in categorieën in volgens de ESCORTmethode van de EBU. Aan de hand daarvan kon de omroep in 2009 het aanbod in de openbare omroepdomeinen goed opvolgen en de diversiteit aan programma's verzekeren. Op die manier kon de afstemming van het programma-aanbod op het netprofiel goed opgevolgd worden.

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

De VRT stelt dat de mening van de mediagebruikers over de programma's en diensten voor de VRT belangrijk zijn. Bij evaluaties van programma's en netten spelen de brieven, telefoontjes en e-mails een belangrijke rol. Daarnaast geven de waarderingscijfers objectieve informatie over de kwaliteit van de programma's.

De VRT ontwikkelde een waarderingsmonitor voor alle netten en media. Omdat de gegevensverzameling van deze nieuwe meetmethode nog geen resultaten van een volledig jaar konden opleveren, zijn de volgende waarderingscijfers beperkt tot televisie.

De programma's op Eén kregen een gemiddelde waardering van 77%.

De programma's op Canvas kregen een gemiddelde waardering van 78%.

De programma's op VRT-Nieuws kregen een gemiddelde waardering van 77%.

- o In detail was dat: 'Koppen' 75%, 'Phara' 75%, 'Terzake' 74%, 'Het journaal van 19 uur' 78%, 'De zevende dag' 71%, 'Panorama' 77% en 'Volt' 77%.

De fictieprogramma's kregen een gemiddelde waardering van 77%.

De ontspanningsprogramma's kregen een gemiddelde waardering van 78%.

De cultuurprogramma's kregen een gemiddelde waardering van 78%.

De educatieve programma's kregen een gemiddelde waardering van 79%.

## Prijzen en nominaties in 2009

De VRT kreeg tientallen nominaties en won tal van prijzen in 2009. De volledige lijst kan teruggevonden worden in bijlage 7.

## De waarderingsmonitor

Vanaf oktober 2009 verzamelt de VRT nieuwe waarderingscijfers over zijn programma's en over die van de andere Vlaamse zenders. De vroegere waarderingsmeting (op basis van het CIM-TV-panel) werd vervangen door een nieuw systeem: de waarderingsmonitor. Een uitgebreid panel van media-gebruikers geeft sindsdien dagelijks aan wat het goed en minder goed vindt aan het Vlaamse media-aanbod. Ze doen dat voor zowel de tv- en radioprogramma's als voor de websites.

De waarderingsmonitor meet de relevantie en de efficiëntie van de openbare omroep. Met de monitor wordt gevraagd naar de mate van waardering, aanbeveling en aandacht voor een bepaald programma. Daarnaast wordt er ook gepeild naar een aantal dimensies (betrouwbaarheid, kwaliteit, innovatie, diversiteit en maatschappelijke impact) en is er ruimte voor open vragen over de programma's.

De waarderingsmonitor levert tal van resultaten op. Het algemene waarderingscijfer van een programma, een net of een website geeft een globale indruk van hoe de kijker/ luisteraar/surfer het aanbod beoordeelt. Het is mogelijk een algemeen geaggregeerd cijfer te berekenen van de scores op de verschillende dimensies die via de waarderingsmonitor worden gemeten: kwaliteit, innovatie (is het programma eigentijds, origineel, vernieuwend, baanbrekend?), diversiteit (is er voldoende aandacht voor verschillende bevolkingsgroepen/ meningen?), betrouwbaarheid en maatschappelijke impact (zet het aan om er met anderen over te spreken?). De vragen zijn aangepast naar verschillende genres, zoals fictie of nieuwsuitzendingen.

Aangezien pas in het najaar van 2009 is gestart met de waarderingsmonitor, zijn vergelijkende interpretaties nog niet mogelijk. Daardoor valt nog niet precies te bepalen wat een goede of een minder goede score was. Voor deze afweging zal in de toekomst rekening gehouden worden met netgemiddelden, types van mediagebruikers, programmagenres en dergelijke meer.

Tijdens infosessies werden de programmamedewerkers in 2009 geïnformeerd over de waarderingsmonitor en de eerste resultaten ervan.

## Klantenrelaties

Dagelijks krijgt de VRT honderden vragen via telefoon, brief, e-mail of de klantenmodule van de websites. De VRT stelt dat alle vragen, opmerkingen en klachten van de mediagebruikers correct en zo snel mogelijk worden beantwoord. De VRT houdt rekening met de reacties van zijn mediagebruikers om zijn aanbod te verbeteren. De module op de websites van deelnemende netten bevatte in 2009 ook een geactualiseerde lijst van klantenvragen die vaak voorkomen. Op die manier kan de mediagebruiker eenvoudig een antwoord vinden op zijn vraag en werden minder vragen gesteld aan de omroep. Een beperkt deel van de klantenreacties zijn klachten. Die worden behandeld zoals bepaald in het klachtendecreet. Sinds 2002 rapporteert de VRT jaarlijks aan de Vlaamse overheid over de klachten en de afhandeling.

In 2009 gingen de meeste klachten over de programmering (onder andere over programmawijzigingen en het tijdstip van uitzending), de distributie van het aanbod en de programma's (onder andere over de houding, taalfouten en de uitspraken van schermgezichten en radiostemmen, over spelformules en over inhoudelijke fouten in de berichtgeving).

Door de verbeteringen aan de klantenmodule waren er minder klachten dan in 2008 omdat sneller werd ingespeeld op problemen.

De Interne Audit van de Vlaamse Administratie (IAVA) beschouwt het klachten-beheerproces van de VRT en het daarbij horende informatiesysteem als een goed voorbeeld voor de andere Vlaamse entiteiten en departementen.

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

Het VRT-aanbod vertrekt vanuit de behoeften van de mediagebruikers. De omroep kent die door markt-onderzoeken, kijk- en waarderingscijfers en de reacties van de kijkers en luisteraars.

Eén bood in 2009 een mix van langlopende en nieuwe programma's. De horizontale programmering rond zijn informatieprogramma's, zoals 'Blokken', 'Man bijt hond', '1000 zonnen', 'Thuis', 'De laatste show' en 'De slimste mens ter wereld' werd verticaal afgewisseld met nieuwe programma's. In het weekend was er humor op zaterdagavond en fictie op zondagavond.

Naast de ontwikkeling van nieuwe programma's (zoals 'Villa Vanhilt' en 'Ook getest op mensen') worden indien nodig de bestaande programma's bijgestuurd en vernieuwd.

Canvas bood de mediagebruiker in 2009 vaste afspraken voor cultuur met programma's zoals 'Iets met boeken', 'Strada', 'Goudvis', 'Lux' en 'Spraakmakers'.

Het informatieprogramma 'Phara' kreeg een vast uitzenduur (23 uur). Ook het sportaanbod kende vaste afspraken met 'Extra time' en 'Sporza op zondag'.

Bij belangrijke actuele gebeurtenissen kon de mediagebruiker terecht bij Canvas en Canvas+.

Eind 2009 startte Canvas een traject voor een lichte aanpassing van zijn huisstijl. Het resultaat werd begin 2010 zichtbaar.

Omdat de groep van kinderen tot 12 jaar zo divers is, doet Ketnet regelmatig onderzoek naar de verschillende doelgroepen. Door een horizontale programmering aan te houden, kunnen zowel kinderen als hun ouders hiermee rekening houden. Ketnet bouwt dagelijks zijn programmaschema gradueel op, startend met programma's voor de jongste kinderen (met Kaatje van Ketnet) naar programma's voor de oudste kinderen. Door voldoende herhalingen te bieden van zijn programma's, kon Ketnet zijn doelpubliek nog efficiënter bereiken.

De radionetten hanteerden elk een vast programmaschema dat gevarieerd was samengesteld en kwalitatief sterk was. De profielen van de radionetten bleven complementair aan elkaar. Door aanwezig te zijn op alle relevante platformen behaalden de VRT-radionetten een optimaal bereik. De evenementen en radio-acties ondersteunden ook de band met het publiek.

## Innovatietrajecten

De belangrijkste innovatietrajecten van de netten in 2009:

- o Eén focuste in 2009 op de productie door de interne productiehuisen en de Vlaamse creatieve sector. Het net programmeerde in 2009 20 nieuwe programma's (waarvan 11 Vlaamse), in diverse tijdslots en programmagenres. Voorbeelden zijn 'Homeless World Cup' (reality – human interest), 'De jaren stillekes' (ontspanning) en 'Van vlees en bloed' (tragikomische reeks).
- o Radio 2 verhoogde zijn interactie met het publiek. Op de website werden bijvoorbeeld foto's en filmpjes van luisteraars getoond. Enkele evenementen kregen een nieuwe invulling. Zo focust 'De tuindag' voortaan ook op tuinrichting, meubilair, onderhoud en genieten (dit naast de eerdere aandacht voor de groentema's).
- o Radio 1 bracht enkele nieuwe programma's in zijn uitzendschema, zoals 'Leef lang'. Het net werkte ook aan nieuwe radio-acties zoals 'De carpooldag' en 'De Kopenhagenmissie'. Het jinglepakket werd vernieuwd. De website bood meer streaming- en videobeelden.

## Trendwatching

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

Enkele gespecialiseerde nieuwsbrieven over de nieuwste tv-formats werden onder de medewerkers verspreid. De VRT organiseerde ook infosessies voor de programmamakers over de trends in tv-formats. In het najaar was er een infosessie om een selectie van Input samen te bespreken.

## Taalgebruik

De VRT heeft veel aandacht voor het taalgebruik. Het taalgebruik in de programma's, op de websites en Teletekst wordt regelmatig gecontroleerd en indien nodig bijgesteld door de taaladviseur.

De VRT organiseerde in 2009 voor de tweede keer de Week van de Taal. Op alle radio- en televisienetten werd aandacht besteed aan de positie en toestand van het Nederlands in het onderwijs, de media en de maatschappij als geheel. Samen met de Nederlandse Taalunie, organiseerde de VRT de Taal-dag 2009. Dit is een symposium met als centraal thema 'Taal en vertrouwen'. De Taaltelefoon vierde op de Taaldag zijn tiende verjaardag. Voor het eerst werd de Wablieftprijs er uitgereikt.

De VRT speelt een actieve rol als normverspreider in Vlaanderen. Onder meer daarom heeft Van Dale Uitgevers de taaladviseur van de VRT aangesteld als Vlaams hoofdredacteur van de Grote Van Dale. De taaladviseur beantwoordde in 2009 ruim 2.800 vragen en reacties van medewerkers en mediagebruikers over de woordenschat, de grammatica, de spelling, de uitspraak en de stijl van onze taal.

VRTtaal.net is de taaladviesbank van de VRT. De website werd in 2009 door gemiddeld 2.700 unieke bezoekers per dag geraadpleegd. Het aantal pagina's taal informatie steeg tot bijna 24.500. De Taalmail ging in 2009 naar ongeveer 2.300 medewerkers en ongeveer 18.500 geïnteresseerde taalgebruikers.

## Ethische kwaliteit

De VRT stelt dat hij ervoor zorgt dat de eigen media niet discrimineren en de fundamentele rechten en vrijheden van de mensen niet schaden. De nieuwsdienst werkt onafhankelijk en onpartijdig. De deontologische code en het programmacharter vormen het deontologisch kader voor de medewerkers.

## Diversiteitsbeleid

De VRT stelt dat hij de diversiteit in de Vlaamse samenleving wil weerspiegeld zien in de programma's en het personeelsbeleid van de omroep.

Diversiteit komt geïntegreerd aan bod in allerlei programma's. Dat kan in een programma als 'Man bijt hond' (Eén) maar ook in een programma zoals 'Het leven zoals het is: De ring' (Eén).

De VRT zette in 2009 zijn diversiteitsbeleid op personeelsvlak voort:

- o De VRT organiseerde eind 2008 een vrijwillige en anonieme diversiteitsscan. Begin 2009 werden op basis van de resultaten van deze registratie streefcijfers voor de tewerkstelling voor personen met een functiebeperking (tegen eind 2011: 1%) en voor personen van allochtone origine (2,5%) vast gelegd. Een nieuwe vrijwillige registratie zal gebeuren in 2010.
- o Sinds het najaar kunnen kandidaten voor een job bij de VRT op de jobsite vrijwillig opgeven of ze een niet-EU-afkomst of een functiebeperking hebben. Daardoor heeft de VRT een beter zicht op de diversiteit in de instroom.
- o Voor de zesde keer kon mediatalent uit de kansengroepen aan de slag bij een stageproject (voor redacteur of cameraman) van de VRT.
- o De Cel Diversiteit motiveerde ook scholieren uit de kansengroepen voor mediagerichte opleidingen. In april 2009 werd bij MNM en Studio Brussel "een snuffelmiddag" georganiseerd voor 15 allochtone scholieren. Het project "De wereld aan je voeten" van de Koninklijke Vlaamse Ingenieursvereniging wil jongeren stimuleren om een technologische of wetenschappelijke hogere opleiding te kiezen. De openbare omroep werkte in 2009 hieraan mee zodat 30 leerlingen konden kennismaken met technologische jobs bij de VRT. De VRT werkte in 2009 samen met de Beschutte Werkplaats van Meise-Bouchout voor de renovatie van 3.100 uur filmrollen van 'Het journaal'. Tien personen konden hiervoor bij de beschutte werkplaats aan de slag.
- o De Cel Diversiteit zorgde voor ontmoetingen tussen enerzijds programmamakers en anderzijds talent in diversiteit en mediadiversiteit-watchers. Daardoor konden contacten en ideeën over diver-



siteit in de programma's uitgewisseld worden, zoals over de beeldvorming in het nieuws naar aanleiding van verkiezingen. Canadese programmamakers en diversiteitsexperten kwamen het diversiteitsbeleid bij de Canadese publieke omroep toelichten aan programmamakers.

## Onpartijdigheid en waarheidsgetrouwheid

De VRT maakt een onderscheid qua deontologie tussen de programma's van de nieuwsdienst en de andere programma's.

### NIEUWSPROGRAMMA'S

De deontologie van de nieuwsdienst blijft gebaseerd op de waarden nauwkeurigheid, onpartijdigheid en goede trouw. Deze waarden werden uitgewerkt in het redactiestatuut dat de onafhankelijkheid van de nieuwsdienst garandeert. Journalisten hebben bijvoorbeeld het recht om opdrachten te weigeren die ingaan tegen hun professionele overtuiging. De richtlijnen van het redactiestatuut worden sinds eind 2006 uitgewerkt in een deontologisch zakboekje.

In 2009 werd de deontologische adviesraad van de VRT-nieuwsdienst opnieuw verkozen en samengesteld. De verkiezing gebeurde voor het eerst volgens een nieuw systeem dat aangepast is aan de structuur van de eengemaakte redactie (radio, televisie en online samen). De nieuwe adviesraad telt 11 leden.

De deontologische adviesraad werkte in 2009 een kader uit over "journalistiek en commercie" en over formuleringen in verband met zelfmoord, mensen die illegaal in het land zijn, en andere onderwerpen. Die adviezen werden aan alle medewerkers van VRT-Nieuws meegedeeld.

In december 2009 werd de VRT-nieuwsdienst voor het eerst in zijn bestaan geconfronteerd met een gegrond verklaarde klacht bij de Raad voor de Journalistiek. Die klacht ging over het gebruik van een verborgen camera bij het programma 'Volt' (Eén). De deontologische adviesraad pleegde overleg met de hoofdredactie van VRT-nieuws over deze klacht. Daaruit vloeiden nieuwe richtlijnen over het gebruik van een verborgen camera in programma's van de nieuwsdienst.

De deontologische adviesraad verspreidde in 2009 onder de medewerkers van de nieuwsdienst tips inzake verantwoordelijke journalistiek. De aanbevelingen van de Raad voor de Journalistiek inzake de identificatie van daders en slachtoffers in een gerechtelijke context werden omgezet in aanbevelingen en gecommuniceerd.

Eind 2009 werd een project gestart om alle journalisten een basisopleiding deontologie te geven.

### DE ANDERE PROGRAMMA'S

De VRT keurde eind 2009 een programmacharter goed. Dat charter past in het integriteits- en kwaliteitsbeleid van de omroep en bevat de deontologische richtlijnen voor alle programma's, uitgezonderd de programma's van de nieuwsdienst.

Het programmacharter bepaalt de verantwoordelijkheden met betrekking tot deontologie van de programmamakers, hun leidinggevend en van degenen die beslissen over de uitzendingen. Tegelijk verduidelijkt het hun rechten met betrekking tot onder meer de redactionele onafhankelijkheid.

Het programmacharter geldt voor alle programma's en multimediasdiensten op alle media (radio, tv,

internet en mobiele toepassingen), en dat zowel voor interne producties als voor programma's van externe productiehuisen en aankoop.

Het charter bevat richtlijnen voor wat de VRT uitzendt en voor de manier waarop de omroep zijn programma's produceert.

Het programmacharter is opgebouwd rond zeven thema's:

- o Creatief en verantwoordelijk;
- o Integer en onafhankelijk;
- o Maatschappelijk relevant en pluriform;
- o Gehecht aan waarheid en verantwoording;
- o Fair en met respect;
- o Aandacht voor de gevoeligheden van het publiek;
- o Open en eerlijk.

Om het charter effectief toe te passen stelde de VRT een kwaliteitsbeheerder aan en besliste ze om in 2010 een programmacharterraad en een beroepscommissie op te richten. De kwaliteitsbeheerder is de permanente adviseur voor deontologie en speelt een centrale rol bij bemiddeling en behandeling van klachten. Hij is voor alle medewerkers en externe productiehuisen het unieke aanspreekpunt voor deontologische vragen, problemen en klachten.

De programmacharterraad zal in 2010 representatief worden samengesteld en krijgt een cruciale rol bij adviezen en klachten.

De beroepscommissie zal samenkomen wanneer, na een uitspraak van de programmacharterraad, onenigheid blijft bestaan.

De VRT wil met het programmacharter, de kwaliteitsbeheerder en de programmacharterraad deontologische vragen en problemen preventief en proactief aanpakken en zo de kwaliteit van zijn programma's en multimediadiensten nog verhogen.

Het invoeren van het programmacharter biedt aan de programmamakers meer zekerheid en bescherming bij de uitvoering van hun taken.

## Aandacht voor slechthorenden en slechtzienden

### AANDACHT VOOR SLECHTHORENDEN

In 2009 ondertitelde de VRT via teletekstondertiteling ongeveer 5.365 uur van zijn Nederlandstalige tv-programma's. Daardoor was 73,62% van alle Nederlandstalige tv-programma's op Eén, Ketnet en Canvas toegankelijk voor slechthorenden.

Enkele nieuwe initiatieven inzake ondertiteling in 2009:

- o 'De rode loper' (Eén), 'Vranckx' (Canvas), 'Studio 1' (Eén) op zondag, 'Extra time' (Canvas) en het 22 uur-slot op Eén (indien voorbereidbaar) werden ondertiteld. De techniek van live-ondertiteling met delay (of antennevertraging) werd toegepast voor 'Villa Vanthilt' (Eén) en 'Peter Live!' (Eén).
- o Extra inspanningen werden geleverd voor de verkiezingsprogramma's 'De stemming 09' (Eén), 'Het groot debat 09' (Eén), 'De verkiezingsshow' (Eén) en het slotdebat.
- o Voor '1000 zonnen' (Eén) werd een nieuwe ondertitelingmethode getest. Hierbij worden de onder-

titels niet meer gebrand in de beelden maar via de multikanaalseindregie meegegeven. Dit zorgt voor tijdswinst in de assemblage.

- o Teletekstondertiteling werd ook beschikbaar voor het aanbod op aanvraag (Net Gemist en Ooit Gemist) en voor alle tv-programma's die door de kijker digitaal opgeslagen kunnen worden.

Vanaf 1 april 2009 kregen kinderen de kans om op een speelse manier de wereld van de Vlaamse Gebarentaal te ontdekken. Op de website van Kaatje werden meer dan 170 woorden uit de leefwereld van kinderen getolkt in Vlaamse Gebarentaal.

### **AANDACHT VOOR SLECHTZIENDEN**

De beheersovereenkomst 2007-2011 bepaalt dat de VRT moet onderzoeken in welke mate hij zijn televisieprogramma's op een gebruiksvriendelijke manier toegankelijk kan maken voor slechtzienden. Indien uit onderzoek zou blijken dat een en ander financieel, operationeel en technisch haalbaar is, worden de eerste experimenten hierover opgestart.

De VRT beëindigde in 2009 onderzoek rond gesproken ondertiteling en audiodescriptie (beschrijving van situaties en acties). Voor gesproken ondertiteling is het mogelijk om via een teletekstpagina het ondertitelingsignaal te verspreiden. De gebruiker heeft dan wel een settopbox nodig om dat signaal om te zetten naar spraak (audio). Na onderzoek bleek dat Komfa het meest geschikte platform is. De overheid zal samen met de distributeurs moeten bekijken hoe de gebruiker een settopbox kan aanschaffen.

Audiodescriptie is vooral geschikt voor fictieprogramma's. In de praktijk moet de VRT daarvoor zijn multikanaalseindregie aanpassen en moeten alle producties extra beschrijvingen toevoegen aan de dialogen. Dat betekent extra investeringen voor de omroep. Tegelijk moeten de distributeurs er voor zorgen dat ze een afzonderlijk audiosignaal ter beschikking kunnen stellen in de settopbox voor digitale tv. De EBU zal hiervoor een voorstel formuleren met betrekking tot de te hanteren normen. De overheid zal gesprekken moeten aangaan met de distributeurs over de extra signalen.

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

Jongeren worden door de VRT in de eerste plaats aangesproken door Studio Brussel, kinderen door Ketnet. Maar ook de andere netten hadden in 2009 aandacht voor kinderen en jongeren, zoals 'Peeters & Pichal' (Radio 1), 'De madammen' (Radio 2) en 'Klara4kids'.

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

Ketnet richt zich specifiek op kinderen en jongeren. Het net gaat op een veilige manier om met gevoelens en emoties. Het schermt kinderen af van commerciële invloeden en seksueel geladen of gewelddadige beelden. Ketnet gaat geen maatschappelijke onderwerpen uit de weg maar brengt ze realistisch en respectvol. Ketnet had met verschillende reportages in 'Karrewiet' in 2009 aandacht voor de twintigste verjaardag van het Kinderrechtenverdrag.

Op Ketnet.be kunnen kinderen informatie over verschillende thema's terugvinden. In 2009 gaf de web-

site bijvoorbeeld dossiers over veilig internet, Child Focus, kinderrechten, Olympische Spelen, enzovoort. ‘Junior Eurosong’ (Eén) gaf kansen aan jong muziktalent uit Vlaanderen. De VRT begeleidde de kinderen en jongeren daarbij deskundig en intensief.

‘Thuis’ (Eén) had enkele verhaallijnen waarin jongeren centraal stonden. ‘Man bijt hond’ (Eén) had een rubriek waarbij kinderen naar kunst keken.

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

Bij alle radio- en tv-opnames wordt rekening gehouden met de wetgeving over kinderarbeid en worden kinderen begeleid. Het welzijn van kinderen en jongeren staat bij de productie steeds voorop. Er wordt op toegezien dat kinderen nooit “te kijk” worden gezet en in hun waardigheid kunnen blijven. De VRT vraagt ook steeds de toestemming van ouders en kinderen voor opnames waaraan kinderen meedoen. De ouders moeten ook het formulier ‘Regularisering kinderarbeid’ invullen en ondertekenen.

## Operationele kwaliteit

De beheersovereenkomst 2007-2011 definieert operationele kwaliteit als “de mate waarin het aanbod op een effectieve en efficiënte wijze tot stand komt”.

### Operationele kwaliteit tv, radio en internet

In 2008 onderzocht de VRT hoe hij zich moet ontwikkelen als een efficiënt productiehuis. Dat resulteerde in een productiestrategie voor 2009-2011.

In 2009 werden nieuwe projecten opgestart die de interne werking en de operationele kwaliteit moeten verbeteren:

#### DESIGN-TO-VALUE OF WAARDE(N)GERICHT PROGRAMMEREN

Design-to-value is het afstemmen van het budget en de productionele contouren van een programma op de waarde die dat programma heeft voor de VRT en voor het Vlaamse publiek. Daarbij wordt vertrokken vanuit het doel dat de VRT met het programma wil bereiken. De VRT wil op die manier zijn beschikbare middelen zo efficiënt en effectief (daar waar ze het meeste waarde creëren) mogelijk inzetten.

Daarom moet die waarde voor de VRT en voor het Vlaamse publiek goed ingeschat kunnen worden. Vervolgens worden deze parameters omgezet in een budget. In 2009 werd daarvoor een indicatief strategisch model ontwikkeld (strategisch omdat het naast productionele ook strategische parameters bevat; en indicatief omdat het inspirerend en niet bindend is). Op deze manier is het mogelijk een richtprijs voor de programma’s in het uitzendschema te maken.

#### PLANNINGSTOOL

Tot dusver werd de planningstool Quintiq voornamelijk gebruikt voor de planning van het inzetten van

technici en technische middelen. In 2009 werd een model toegevoegd om ook programmapersoneel mee te kunnen plannen. Quintiq werkt over de verschillende interne productiehuisen heen. Daardoor kan centraal een capaciteitsplanning op lange termijn gebeuren.

### **BESTURINGSSYSTEEM**

Het intern productiehuis wil nog efficiënter werken door de productieplanning op een ruimere horizon (3 jaar) te gaan doen, door het bestelproces transparanter te maken en de informatie-uitwisseling te verbeteren. Daarom startte de VRT in 2009 met het uitwerken van ERP III (Enterprise Resource Planning) dat de financiële processen in kaart brengt in een nieuw besturingssysteem.

De VRT hield ook vast aan het GAPP-overleg (Globaal Aanbod- en Productie-Plan). Dat overleg optimaliseert het check-and-balance-model waarop de organisatie gebaseerd is. Aanpassingen in het uitzendschema kunnen zo op een gevalideerde wijze verlopen. Telkens als er een schemawijziging voorgesteld wordt, vindt er een impactanalyse plaats (eigen productie, externe productie, voorraad en programma-aankoop) en wordt die door de verschillende directies gevalideerd.

### **Opleiding en ontwikkeling**

In 2009 kregen 73% van alle VRT-medewerkers minstens één opleiding. Die waren er in verschillende expertisedomeinen, zoals journalistiek, conceptontwikkeling, creativiteit, productie van tv- en radioprogramma's, mediatechniek en –technologie, veiligheid en preventie, beleidsondersteuning en persoonlijke en managementontwikkeling.

Alle medewerkers konden op de themadag "VOX" deelnemen aan verschillende activiteiten met betrekking tot de "stem", zoals sessies rond intonatie, stemhygiëne en presentatie- en overtuigingstechnieken. Tijdens een introductie cursus "Mediatechniek" kregen medewerkers meer informatie over de distributieplatformen en de werkstromen voor de productie van radio- en tv-programma's, internetcontent en mobiele toepassingen. De persoonlijke en managementontwikkelingstrajecten werden afgestemd op de veranderende bedrijfscontext.

Nieuwe medewerkers maakten kennis met de verschillende productieprocessen van de VRT. Daarnaast ging er extra aandacht naar veilig werken bij producties.

In 2009 ging er nog meer aandacht naar leerinitiatieven op maat van specifieke teams. Zo waren er leertrajecten rond creatief denken, brainstormtechnieken en conceptontwikkeling en werden er verschillende sessies over veranderende rollen en verantwoordelijkheden georganiseerd.

Naast deze formele initiatieven waren er in 2009 ook informele ontwikkelingsinitiatieven op de werkvloer, zoals coaching en mentoring. Medewerkers die een rol als mentor of coach opnamen, werden door de dienst Opleiding & Ontwikkeling ondersteund in hun opdracht aan de hand van concrete opleidingstrajecten, werkmethodeken en intervisiemogelijkheden.

**CONCLUSIE: De VRT blijkt deze performantiemaatstaf behaald te hebben.**

### STRATEGISCHE DOELSTELLING 3: DIVERSITEIT VAN HET AANBOD

**MAATSTAF 9: DE VRT ZAL WANNEER EEN DIGITAAL TELEVISIE CULTUURKANAAL WORDT UITGEBOUWD, HET AANTAL UITZENDUREN CULTUURPROGRAMMA'S OP ZIJN GENERALISTISCHE TELEVISIE-KANALEN MINSTENS BEHOUDEN.<sup>17</sup>**

Om deze performantiemaatstaf te behalen dient de VRT bij het uitbouwen van een digitaal televisie cultuurkanaal het aantal uitzenduren van cultuurprogramma's op zijn generalistische televisiekanalen minstens te behouden.

De VRT stelt dat in 2009 geen digitaal televisie cultuurkanaal werd opgestart en verwijst eveneens naar de evaluatie van het Addendum bij de beheersovereenkomst inzake het openbare omroepdomein cultuur, zoals gerapporteerd aan de Administratie Cultuur, Jeugd, Sport en Media op 17 december 2008.

**CONCLUSIE: Deze performantiemaatstaf is nog niet van toepassing.**

<sup>17</sup> Als referentieperiode geldt het gemiddelde aantal uren cultuurprogramma's uitgezonden op de generalistische TV-netten in een periode van 2 jaar voorafgaand aan de start van het cultuurkanaal.

## STRATEGISCHE DOELSTELLING 4: VLAAMSE PRODUCTIES

### MAATSTAF 10:

**A. De VRT verbindt er zich toe dat op radio minstens 20% van zijn muziektijd Vlaamse muziekproducties<sup>18</sup> zijn.<sup>19</sup>**

**B. Minstens 1 VRT radiokanaal moet door het publiek herkend worden als een radio met een Nederlandstalig muziekprofiel.**

**A. De VRT verbindt er zich toe dat op radio minstens 20% van zijn muziektijd Vlaamse muziekproducties zijn.**

Om deze performantiemaatstaf te behalen dient de VRT met zijn radioaanbod minstens 20% Vlaamse muziekproducties uit te zenden.

De VRT heeft in 2009 maandelijks een steekproef uitgevoerd bij de verschillende radionetten waarbij alle uitgezonden nummers werden geteld. Van al die nummers werd vervolgens het percentage Vlaamse producties berekend.

Uit de cijfers die door de VRT zijn overgemaakt blijkt dat de voor de periode januari tot en met december 2009 tussen 22,8% en 25,4% van de muziektijd van de VRT Vlaamse muziekproducties zijn. Het jaargemiddelde kwam zo op 24,0% te liggen<sup>20</sup>.

De Vlaamse Regulator voor de Media heeft een steekproefsgewijze controle uitgevoerd in de maanden maart en oktober 2009. Vooreerst werd nagegaan in welke mate het aantal (Vlaamse) nummers overeenkwam met de rapportering door de VRT. Er werd ook nagegaan in welke mate de Vlaamse producties correct werden toegewezen. De onderzoeksceel van de Regulator voerde ook steekproefsgewijze luisteronderzoeken uit. Hiermee werd gecontroleerd in welke mate de aangeleverde muzieklijsten van de VRT overeen kwamen met de uitzending.

Uit al deze gegevens blijkt dat de cijfers die door de VRT zijn overgemaakt, gelijk zijn aan de controlegroep die door de Vlaamse Regulator voor de Media is opgesteld.

**CONCLUSIE: De VRT blijkt deze performantiemaatstaf behaald te hebben.**

<sup>18</sup> Definitie: een Vlaams muziekproduct is elk product waarbij de creatieve inbreng van een Vlaming als uitvoerder, auteur, producer of arrangeur een bepalende rol speelt.

<sup>19</sup> De radiokanalen die hiervoor in aanmerkingen komen zijn: Radio 1, Radio 2, Klara, Studio Brussel en Donna/MNM.

<sup>20</sup> In bijlage 8 wordt het volledig jaaroverzicht, opgesplitst per maand, weergegeven.

## **B. MINSTENS 1 VRT RADIOKANAAL MOET DOOR HET PUBLIEK HERKEND WORDEN ALS EEN RADIO MET EEN NEDERLANDSTALIG MUZIEKPROFIEL.**

Om deze performantiemaatstaf te behalen dient de VRT één VRT-radiostation te hebben dat door het publiek herkend wordt als een radio met een Nederlandstalig muziekprofiel.

De VRT geeft aan deze performantiemaatstaf op een onafhankelijke en betrouwbare manier te meten. Daarom werd het onderzoek “Muziekprofiel Vlaamse Radiozenders” uitbesteed aan het onderzoeksbureau Ipsos Belgium<sup>21</sup>.

Het betrof een face-to-face bevraging (omnibus) bij 496 in Vlaanderen woonachtige personen van 15 jaar en ouder<sup>22</sup>. Het onderzoek werd gevoerd in de periode 18 september – 28 september 2009. Er werd gepeild naar de (geholpen) kennis van de radiozenders en aandacht voor Nederlandstalige muziek.

De vraag<sup>23</sup> die aan het panel gesteld werd was de volgende:

‘Is er een Vlaamse radiozender die u associeert met Nederlandstalige muziek?’

Uit de studie blijkt dat 44% van de respondenten een Vlaamse radiozender associeert met Nederlandstalige muziek<sup>24</sup>. Hiervan geeft 63% aan dat Radio 2 aandacht besteedt aan Nederlandstalige muziek.<sup>25</sup>

Dit betekent dat 28% van alle ondervraagden stelt dat Radio 2 aandacht besteedt aan Nederlandstalige muziek.

Geen enkele andere radiozender haalt een dergelijke score. Ter vergelijking: 4,4% van de ondervraagden stelt dat Radio 1 aandacht besteedt aan Nederlandstalige muziek.

In de aanbevelingen bij het toezichtsrapport over het werkingsjaar 2008 stelde de Regulator dat het aanbevelenswaardig is dat Radio 2 zijn Nederlandstalig muziekprofiel verder zodanig uitbouwt zodat deze door een nog groter deel van het publiek herkend wordt als radio met een Nederlandstalig muziekprofiel. De Regulator merkt een positieve evolutie op dit vlak tussen het werkingsjaar 2008 en 2009. Het aandeel respondenten dat Radio 2 in 2009 als radio met een Nederlandstalig muziekprofiel herkend ligt op 28 % (vs 20 % in 2008).

**CONCLUSIE: 46% van de ondervraagden associeert geen Vlaamse radiozender met Nederlandstalige muziek. 44 % van de ondervragen doet dit wel, 10 % weet het niet of geeft geen antwoord.**

**Voor 28% van het ondervraagde publiek is Radio 2 een radio met een Nederlandstalig muziekprofiel.**

**Radio 2 is de zender die door de respondenten het meest herkend wordt als een Radio met een Nederlandstalig muziekprofiel.**

<sup>21</sup> Het onderzoek is als bijlage 9 opgenomen.

<sup>22</sup> Dit universum vertegenwoordigt 5.048.000 individuen.

<sup>23</sup> Deze vraagstelling is tot stand gekomen na overleg met de VRM.

<sup>24</sup> 46% van de respondenten geeft aan geen Vlaamse radiozender met Nederlandstalige muziek te associëren, 10% weet het niet of geeft geen antwoord.

<sup>25</sup> Radio 1 komt op de tweede plaats met 10%.



**MAATSTAF 11: DE VRT STREEFT ERNAAR DAT HET AANDEEL VAN DE VLAAMSE TV-PRODUCTIES EN VAN DE CO-PRODUCTIES TEN MINSTE 50% BEDRAAGT VAN DE TOTALE OUTPUT OP ZIJN GENERALISTISCHE TELEVISIEKANALEN, UITGEZONDEN TUSSEN 18u00 EN 23u00.**

Om deze performantiemaatstaf te behalen dient de VRT ernaar te streven dat het aandeel van de Vlaamse TV-producties en van de co-producties, uitgezonden tussen 18u00 en 23u00, ten minste 50 % van de totale output op zijn generalistische televisiekanalen bedraagt. Vlaamse producties omvatten alle eigen producties, de producties die in opdracht van de VRT worden uitgevoerd evenals de bioscoopfilms, het tv-drama en de documentaires waaraan de VRT heeft meegewerkt.

Uit de cijfers van de VRT-studiedienst blijkt dat het aandeel van deze producties in 2009 70% bedroeg.<sup>26</sup>

**CONCLUSIE: De VRT blijkt deze performantiemaatstaf behaald te hebben.**

<sup>26</sup> De overzichtslijst van deze programma's werd als bijlage 12 opgenomen.

## ARTIKEL 24

### *STRATEGISCHE DOELSTELLING 1: DIGITALISERING VAN HET VOLLEDIGE PRODUCTIE- EN DISTRIBUTIEPROCES.*

#### **MAATSTAF 12: DE VRT DIGITALISEERT ZIJN VOLLEDIGE PRODUCTIE- EN DISTRIBUTIEPROCES.**

##### **DE VRT REALISEERT HET DIGITALE PRODUCTIEPLATFORM IN DE LOOP VAN DE BEHEERS- OVEREENKOMST.**

Om deze performantiemaatstaf te behalen dient de VRT in de loop van de beheersovereenkomst zijn volledige productie- en distributieproces te digitaliseren.

#### **Bestandsgebaseerde productie en distributie**

De VRT stelt dat in 2009 de bestandsgebaseerde productie- en distributieprocessen verder verbeterd en gestabiliseerd werden, dit door de installatie van nieuwe softwareversies en technische componenten en door te werken aan het mediabeheer (met onder andere een nieuwe versie van het “media asset management systeem” Ardome).

Verschillende producties werden in 2009 volledig of voor een deel van het productieproces bestandsgebaseerd gemaakt, zoals ‘De pretroulette’ (Ketnet) en ‘Vlaanderen Vakantieland’ (Eén). Dat was ook zo voor autopromotie en programma-aankoop en -bewerking. Ook het video-aanbod op StuBru.be werd bestandsgebaseerd geproduceerd.

Voor het DIVA-project werd een video ingest workcenter getest. Daarmee kan oud beeldmateriaal gedigitaliseerd en ontsloten worden. Een tweede ingest workcenter was bestemd voor (gesproken) audiomateriaal uit het radio- en muziekarchief.

Het hergebruik van audiovisueel materiaal neemt, dankzij de digitalisering, stap voor stap toe, zowel op tv en radio als op internet en mobiele platformen.

Aan de distributiekant werd in 2009 het productieproces van video-on-demand-bestanden, bestemd voor Belgacom en Telenet, verder gestroomlijnd.

#### **De uitrol van HDTV**

Vanaf 17 januari 2009 (met een uitzending van ‘FC De kampioenen’ op Eén) bood de VRT eigen HD-producties aan. In 2009 werden steeds meer producties, voornamelijk fictiereeksen (zoals ‘De smaak van De Keyser’, ‘Thuis’ en ‘Van vlees en bloed’), in HD uitgezonden. De rechtstreekse uitzending van de Memorial Van Damme was de eerste sportcaptatie in HD. Het HD-aanbod wordt door de distributeurs uitgezonden op aparte digitale kanalen (behalve voor DVB-T-uitzendingen). Vóór januari 2009 werden de programma’s wel in HD uitgezonden, maar gebeurden de opnames en de productie nog in SD. Eén en Canvas/Ketnet waren hierdoor als het ware enkel beschikbaar in ‘net-niet-HD-kwaliteit’

(upconverted SD).

Met het eigengemaakte HD-aanbod kon de VRT een meer volwaardig televisieaanbod in hoge definitie bieden. De VRT investeerde in 2009 in productiemiddelen (camera's, studioregie, enz.) en uitzendapparatuur die geschikt zijn voor HD-producties.

**CONCLUSIE:** De VRT moet deze performantiemaatstaf in de loop van de beheersovereenkomst (2007-2011) behalen. De VRT blijkt voor deze performantie maatstaf in 2009 vooruitgang geboekt te hebben.

## ARTIKEL 28

*STRATEGISCHE DOELSTELLING 1: KWALITEITSCONTROLE OP ALLE SCHAKELS VAN DE PRODUCTIEKETEN MOET HET KIJK- EN LUISTERCOMFORT WAARBORGEN.*

**MAATSTAF 13:** DE TRANSMISSIEDIENSTEN VERZEKEREN DE ANALOGE EN DIGITALE RADIO- EN TV-UITZENDINGEN MET EEN CONTINUÏTEIT VAN **99,5 %** MET DIEN VERSTANDE DAT VOOR DE TV-NETTEN DE ELECTRICITEITSONDERBREKINGEN NIET IN REKENING WORDEN GEBRACHT.

DE VRT ZAL DE BESTAANDE ANALOGE RADIOKANALEN BESTEMD VOOR DE VLAAMSE GEMEENSCHAP UITZENDEN IN FM-STEREO, INCLUSIEF EEN AANTAL RDS-FUNCTIES. ZENDSTATIONS EN FREQUENTIES WORDEN ZO GEPLAND DAT DE ONTVANGST MET DEGELIJKE VASTE EN MOBIELE (AUTO)RADIOTOESTELLEN GEWAARBORGD IS VOOR HET VLAAMSE GRONDGEBIED INCLUSIEF BRUSSEL VOOR ZOVER EEN GESCHIKTE ANTENNE WORDT AANGEWEND, ER GEEN EXTERNE STORINGEN OPTREDEN EN LOKALE TOPOGRAFISCHE OMSTANDIGHEDEN DIT NIET VERHINDEREN.

VOOR DONNA IS DE ONTVANGST GEGARANDEERD VOOR **95 %** VAN HET VLAAMSE GRONDGEBIED. DE TRANSMISSIEDIENSTEN STREVEN ERNAAR DIE WAARDE TE VERHOGEN INDIEN BIJKOMENDE FREQUENTIES TER BESCHIKKING WORDEN GESTELD.

DE MIDDENGOLFZENDERS BIEDEN ONTVANGST VAN DE RADIO-UITZENDINGEN TOT ONGEVEER **300 KM** VAN BRUSSEL.

DE TWEE ANALOGE TELEVISIEKANALEN WORDEN MET DIGITAAL STEREOGELUID (NICAM) UITGEZONDEN IN VLAANDEREN. ONTVANGST IS GEWAARBORGD MET DEGELIJKE TV-TOESTELLEN MET EEN INDIVIDUELE ANTENNE OP DAKHOOGTE BIJ ONGEWIJZIGDE WETGEVING EN MARKTOMSTANDIGHEDEN.

HET DAB NETWERK VAN DE VRT GARANDEERT EEN ONTVANGST MET AANGEPASTE ANTENNE OP DE WAGEN IN **99%** VAN HET VOLLEDIGE VLAAMSE GRONDGEBIED (INCLUSIEF BRUSSEL). EIND 2007 ZAL HET DAB NETWERK VAN DE VRT ZODANIG UITGEBOUWD ZIJN DAT BINNENHUISONTVANGST IN **95%** VAN HET VOLLEDIGE VLAAMSE GRONDGEBIED (INCLUSIEF BRUSSEL) GEGARANDEERD IS.

HET DVB-T NETWERK VAN DE VRT VERZORGT EEN ONTVANGST VOOR EEN BUITENANTENNE OP DAKHOOGTE IN HET VOLLEDIGE VLAAMSE GRONDGEBIED (INCLUSIEF BRUSSEL).

Om deze performantiemaatstaf te behalen dient de VRT:

- 1) de analoge en digitale radio- en TV-uitzendingen met een continuïteit van 99,5% te verzekeren;
- 2) de bestaande analoge radiokanalen bestemd voor de Vlaamse Gemeenschap uitzenden in FM-stereo, inclusief een aantal RDS-functies. Zendstations en frequenties worden zo gepland dat de ontvangst met degelijke vaste en mobiele (auto)radiotoestellen gewaarborgd is voor het Vlaamse

grondgebied, inclusief Brussel;

- 3) Voor Donna de ontvangst te garanderen voor 95% van het Vlaamse grondgebied;
- 4) Voor de middengolfzenders ontvangst van de radio-uitzendingen te bieden tot ongeveer 300 km van Brussel;
- 5) De twee analoge televisiekanalen met digitaal stereogeluid (NICAM) uit te zenden in Vlaanderen;
- 6) Te garanderen dat het DAB netwerk van de VRT een ontvangst met aangepaste antenne op de wagen in 99 % van het volledige Vlaamse grondgebied (inclusief Brussel) verzekerd;
- 7) Te garanderen dat eind 2007 het DAB netwerk van de VRT zodanig uitgebouwd zal zijn dat de binnenuitontvangst in 95 % van het volledige Vlaamse grondgebied (inclusief Brussel) gegarandeerd is;
- 8) Een ontvangst voor een buitenantenne op dakhoogte in het volledige Vlaamse grondgebied (inclusief Brussel) via DVB-T netwerk van de VRT te verzorgen.

Op basis van interne cijfers geeft de VRT aan op welke punten hij al dan niet voldoet aan de performantiemaatstaf:

- 1) Er waren in 2009 geen analoge TV-uitzendingen via de ether meer. Via de kabels van de distributeurs is dat nog wel het geval, daarvan zijn echter geen cijfers beschikbaar.

In 2009 verzekerden de telecomdiensten een continuïteit van meer dan 99,5% voor de radio- en tv-uitzendingen. Voor FM-radio 99,99%, MW-radio (AM) 99,88%, DVB-T 99,89% en DAB 99,73%.

- 2) De FM-zenders van de VRT, met uitzonder van MNM, bestrijken heel Vlaanderen.
- 3) -
- 4) Er is nog één middengolfzender (RVI – Wolvertem 927 KHZ – 150 KW). In verband met de ontvangst werd door de VRT een bereikdiagram doorgestuurd. Deze kan worden teruggevonden in bijlage 13. Op basis van deze informatie besluit de ontvangst van de middengolfzender overdag onvoldoende ver reikt.
- 5) Er waren in 2009 geen analoge TV-uitzendingen via de ether meer. De klank bij de analoge TV-uitzendingen, via de kabels van de distributeurs, was wel digitaal (Nicom) gecodeerd.
- 6) De ontvangst was in 98% van het volledige grondgebied (inclusief Brussel) verzekerd met een aangepaste antenne op de wagen, en in 84% via een binnenuitontvangst.
- 7) De ontvangst ligt op 84% via een binnenuitontvangst. Het gestelde percentage van 95% kan de VRT niet behalen zonder extra investeringen. Die extra investeringen zijn niet gepland.

- 8) Binnenhuisontvangst via DVB-T is mogelijk bij 75% van de bevolking in Vlaanderen en Brussel. Met een buitenhuisantenne op het dak van de woning was DVB-T in heel Vlaanderen te ontvangen.

**CONCLUSIE:** Met betrekking tot punt 3 (ontvangst voor Donna is 95% van het Vlaamse grondgebied) werd door de VRT geen informatie aangeleverd. Begin 2009 verdween radio Donna en verscheen MNM in de ether. Wegens gebrek aan gegevens met betrekking tot dit punt kan niet worden aangetoond dat de VRT deze bepalingen heeft behaald.

Met betrekking tot punt 4 (ontvangst middengolfzenders tot ongeveer 300 kilometer van Brussel) is de doelstelling niet behaald.

De VRT blijkt de performantiemaatstaf voor punt 6 (het DAB netwerk van de VRT heeft een ontvangst met aangepaste antenne op de wagen in 99% van het volledige Vlaamse grondgebied (inclusief Brussel), punt 7 (eind 2007 is het DAB netwerk van de VRT zodanig uitgebouwd dat de binnenhuisontvangst in 95% van het volledige Vlaamse grondgebied (inclusief Brussel) gegarandeerd is) en punt 8 (een ontvangst voor een buitenantenne op dakhoogte in het volledige Vlaamse grondgebied (inclusief Brussel) via het DVB-T netwerk van de VRT te verzorgen) niet behaald te hebben.

**ARTIKEL 32**

*STRATEGISCHE DOELSTELLING 1: HET UITBOUWEN VAN DE VRT TOT EEN INNOVATIEVE, EEN EFFICIËNTE, EEN LERENDE EN AANTREKKELIJKE DIGITALE OMROEP-ORGANISATIE*

**MAATSTAF 14: DE VRT BIEDT VIA ZIJN HR-AFDELING ONDERSTEUNING IN ALLE STRATEGISCHE VERANDERINGSPROCESSEN D.M.V. GEPASTE COACHING, OPLEIDING EN HET BEGELEIDEN VAN DE ORGANISATIEONTWIKKELING.**

**DAARTOE ZAL VRT IN ALLE STUUR- EN WERKGROEPEN DIE INGRIJPEN OP DE ORGANISATIECULTUUR OF –ONTWIKKELING TEN MINSTE 1 HR-VERTEGENWOORDIGER AANDUIDEN.**

**VRT GARANDEERT DAT TEN MINSTE 35% VAN DE VACATURES INGEVULD WORDEN VIA INTERNE DOORGROEI.**

**VRT BIEDT EEN GEVARIEERDE WAAIER AAN VAN RELEVANTE OPLEIDINGS- EN ONTWIKKELINGSINITIATIEVEN EN BEREIKT HIERMEE ELK JAAR TEN MINSTE 60% EN OVER EEN PERIODE VAN 3 JAAR 100% VAN ALLE MEDEWERKERS.**

**VRT LEGT DE KOMENDE JAREN EEN TALENTENDATABANK AAN GEBASEERD OP INFORMATIE KOMENDE UIT FUNCTIONERINGSGESPREKKEN, INTERNE DOORGROEI-SCREENINGS, HET VRT-EIGEN COMPETENTIEMANAGEMENTMODEL EN UIT SPONTANE OF GERICHTE SOLLICITATIES.**

**VRT ZAL ZIJN INSPANNINGEN OM TELETHUISWERK TE PROMOTEN VERDER ZETTEN EN WIL TEGEN HET EINDE VAN DEZE BEHEERSOVEREENKOMST 10% TELETHUISWERKERS TEWERK STELLEN.**

Om deze performantiemaatstaf te behalen dient de VRT:

- 1) via zijn HR-afdeling ondersteuning te bieden in alle strategische veranderingsprocessen via het aanduiden van ten minste 1 HR-vertegenwoordiger in alle stuur- en werkgroepen die ingrijpen op de organisatiecultuur of –ontwikkeling;
- 2) ten minste 35 % van de vacatures in te vullen via interne doorgroei;
- 3) een gevarieerde waaier aan relevante opleidings- en ontwikkelingsinitiatieven te bieden en hiermee elk jaar ten minste 60% en over een periode van 3 jaar 100% van alle medewerkers te bereiken;
- 4) de komende jaren een talentendatabank aan te leggen;
- 5) zijn inspanningen om telethuiswerk te promoten verder te zetten en tegen het einde van de beheersovereenkomst 10% telethuiswerkers tewerk te stellen.

De VRT benadrukt dat het HR-beleid ondersteuning biedt aan de organisatie en de medewerkers in de ontwikkeling van de openbare omroep naar een “modern, creatief en innovatief mediabedrijf”. Daarom investeert de VRT in de creativiteit en het talent van de medewerkers.

Op basis van interne cijfers geeft de VRT aan op welke punten hij al dan niet voldoet aan de performantiemaatstaf:

- 1) De VRT bood in 2009 via zijn HR-afdeling ondersteuning in alle strategische veranderingsprocessen door middel van gepaste coaching, opleiding en het begeleiden van de organisatieontwikkeling. De VRT stelde in 2009 in alle stuur- en werkgroepen die ingrijpen op de organisatiecultuur of –ontwikkeling ten minste één HR-vertegenwoordiger aan, zoals de stuurgroep Sharepoint en de werkgroep Catamaran.
- 2) In 2009 werden 123 vrijgekomen functies ingevuld, waarvan 68 (55%) door interne doorgroei. In 2009 traden 108 nieuwe medewerkers in dienst, 168 medewerkers verlieten de VRT. De jobsite van de VRT geeft informatie over de jobkansen bij de VRT. De VRT ontving in 2009 2.776 sollicitaties voor gepubliceerde vacatures. Iedereen kan online ook spontaan solliciteren. 277 studenten deden in 2009 een stage bij de VRT.
- 3) De VRT bood in 2009 een gevarieerde waaier aan van relevante opleidings- en ontwikkelingsinitiatieven en bereikte hiermee 73% van alle medewerkers.
- 4) In 2008 werd verder nagegaan op welke manier de VRT een talentenbank kan opstellen. De omroep evalueerde verschillende voorbeelden van talentendatabanken van andere Vlaamse bedrijven. Het bleek telkens om dure, ingewikkelde systemen te gaan die veel onderhoud vergen. Binnen de Directie Productie werden de competenties in kaart gebracht en opgevolgd met een eigen ontwikkeld systeem. Dit bracht de VRT ertoe de ontwikkeling van een databank pragmatisch aan te pakken met een eigen Excelsysteem.
- 5) De VRT zette in 2009 zijn inspanningen om telethuiswerk te promoten voort. In 2009 werd 15% telethuiswerkers tewerkgesteld. Op 31 december 2009 waren er 438 medewerkers die telewerkten. (16% van de actieve personeelsleden). 351 medewerkers werkten in 2009 regelmatig thuis, 25 medewerkers werkten regelmatig op een satellietkantoor en 62 werkten regelmatig thuis of op een satellietkantoor.

**CONCLUSIE: De VRT blijkt deze performantiemaatstaf behaald te hebben.**



**STRATEGISCHE DOELSTELLING 2: DE VRT BEHEERST DE PERSONEELSKOSTEN**

**MAATSTAF 15: DE VRT WAAKT ER OVER DAT DE PERSONEELSKOSTEN BEHEERST WORDEN EN ALLESZINS BINNEN DE PERKEN BLIJVEN VAN HET JAARLIJKS DOOR DE RAAD VAN BESTUUR GOEDGEKEURDE ONDERNEMINGSPLAN.**

**DE VRT RAPPORTEERT JAARLIJKS OVER DE SAMENSTELLING VAN ZIJN PERSONEELSEFFECTIEF (AANTAL, GESLACHT, STATUUT, FUNCTIENIVEAU, LEEFTIJD), HET PERSONEELSVEROORLOOP (IN- EN UITSTROOM) EN HET ABSENTEÏSME.**

Om deze performantiemaatstaf te behalen dient de VRT:

- 1) erover te waken dat de personeelskosten beheerst worden en binnen de perken van het jaarlijks door de Raad van Bestuur goedgekeurde ondernemingsplan blijven;
- 2) jaarlijks te rapporteren over de samenstelling van zijn personeelseffectief (aantal, geslacht, statuut, functieniveau, leeftijd), het personeelsverloop (in- en uitstroom) en het absentieïsme.

De VRT geeft aan in welke mate voldaan wordt aan deze performantiemaatstaf:

- 1) Wat betreft de beheersing van de personeelskosten wordt er aan personeelsplanning gedaan, hierover wordt op regelmatige basis gerapporteerd. De Regulator is van oordeel dat dit antwoord onvoldoende is en er bijgevolg een gebrek aan gegevens is om aan te tonen dat de VRT deze bepaling behaalt.
2. De VRT had in 2009 2.732 actieve personeelsleden in dienst. Dit is goed voor 2.557 FTE's, 20 medewerkers werkten met contracten van bepaalde duur.

Van de medewerkers was 34% statutair, 66% was contractueel.

De verdeling per functieniveau was de volgende:

- niveau 1: 0,3%,
- niveau 2: 4,6%,
- niveau 3: 10,0%,
- niveau 4: 28,2%,
- niveau 5: 26,0%,
- niveau 6: 28,7%,
- niveau 7: 2,3%.

De verdeling per leeftijdscategorie was als volgt:

Leeftijd Aantal medewerkers in 2009

tot en met	29 jaar	350
tussen	30 – 39 jaar	788

tussen	40 – 49 jaar	715
tussen	50 – 59 jaar	804
vanaf	60 jaar	75
tussen	50 – 59 jaar	804
vanaf	60 jaar	75

Verdeeld over de verschillende afdelingen gaf dat: Beleid 69, Human Resources 145, Financiën 66, Technologie & Innovatie 336, Operationele afdelingen 735, Productie 1.060, Media 122 en Marktstrategie 24.

Met betrekking tot de cijfers over in- en uitstroom: gebaseerd op de gegevens van de sociale balans, kwamen in 2009 108 medewerkers in dienst bij de VRT, 168 medewerkers traden uit dienst.

De VRT houdt de afwezigheden van zijn personeel wegens ziekte, zwangerschap, arbeidsongeval of beroepsziekte bij. De VRT gebruikt dezelfde kengetallen voor absentieïsme als de Vlaamse overheid. Het absentieïsmepercentage<sup>27</sup> voor de VRT bedraagt voor 2009 4,88%. Dit percentage betreft zowel de afwezigheid wegens ziekte, zwangerschap, arbeidsongeval of beroepsziekte.

**CONCLUSIE:** Wegens het gebrek aan gegevens kan voor punt 1 (wat betreft de beheersing van de personeelskosten wordt er aan personeelsplanning gedaan, hierover wordt op regelmatige basis gerapporteerd) niet worden aange toond of de VRT deze bepaling behaald heeft.

<sup>27</sup> De berekening gebeurt als volgt: het aantal werkdagen afwezigheid (voltijds + deeltijds), gedeeld door het aantal volgens de uurroosters te werken dagen, vermenigvuldigd met honderd.

*STRATEGISCHE DOELSTELLING 3: DE VRT STREEFT ER NAAR OM ZOWEL IN DE BEELDVORMING ALS OP VLAK VAN TEWERKSTELLING EEN AFSPIEGELING TE ZIJN VAN DE SAMENLEVING. DE VRT ZAL DAARTOE EEN DIVERSITEITSBELEID VOEREN WAARIN BIJZONDERE AANDACHT GAAT NAAR GENDER, ALLOCHTONEN EN PERSONEN MET EEN HANDICAP.*

**MAATSTAF 16: ER WORDT EEN DIVERSITEITSBAROMETER ONTWIKKELD WAARMEE PROGRAMMAKERS VAN RADIO, TELEVISIE, NIEUWE MEDIA, ZELF HUN PROGRAMMA'S KWANTITATIEF EN KWALITATIEF KUNNEN EVALUEREN OP DIVERSITEIT.**

Op het vlak van tewerkstelling:

- streeft de VRT naar meer vrouwen in het management (33%);
- wordt bij gelijke kwalificaties een voorrangsbepaald gevoerd voor personen van allochtone origine;
- worden jaarlijks zes betaalde opleidingsstages van zes maanden georganiseerd te verdelen in functie van het aantal geschikte kandidaten over jongeren van allochtone origine en jongeren met een handicap;
- zal de VRT streefcijfers vastleggen wat betreft de tewerkstelling van personen met een handicap en personen van allochtone afkomst.

Om deze performantiemaatstaf te behalen dient de VRT:

- 1) een diversiteitsbarometer te ontwikkelen;
- 2) op het vlak van tewerkstelling te streven naar 33% vrouwen in het management;
- 3) bij gelijke kwalificaties een voorrangsbepaald te voeren voor personen van allochtone origine;
- 4) zes betaalde opleidingsstages te organiseren voor jongeren van allochtone origine en jongeren met een handicap;
- 5) streefcijfers vastleggen wat betreft de tewerkstelling van personen met een handicap en personen van allochtone afkomst.

De VRT stelt dat:

- 1) Een nieuw monitoronderzoek diversiteit werd eind 2009 opgestart. De resultaten worden in het voorjaar 2010 verwacht en zullen met de nodige aanbevelingen worden gecommuniceerd naar de programmamakers en productiehuizen.
- 2) In 2009 was 37% van de (actieve) medewerkers een vrouw, 63% een man. 30% van de managers was een vrouw.

- 3) Sedert het najaar wordt op de VRT- jobsite bij het invullen van de elektronische vragenlijst bij een vacature aan de kandidaat de mogelijkheid geboden om volledig vrijwillig op te geven of men een niet- EU-afkomst of een handicap heeft. Dit moet toelaten een beter inzicht te krijgen op diversiteit in de instroom.
- 4) Zes allochtonen en personen met een functiebeperking kregen een betaalde stageplaats bij de VRT.
- 5) Op basis van de resultaten van de vrijwillige en anonieme registratie die eind 2008 werd georganiseerd, werden begin januari 2009 streefcijfers voor de tewerkstelling van mensen uit de kansengroepen vastgelegd. Voor personen met een arbeidshandicap wordt tegen eind 2011 een streefcijfer van 1% en voor personeelsleden van allochtone origine van 2,5% vooropgesteld.

**CONCLUSIE:** De VRT blijkt deze performantiemaatstaf behaald te hebben, met uitzondering voor het punt 2 (vrouwen in het management). 30% van de managers was vrouw, dit ten opzichte van de vooropgestelde 33%. In vergelijking met het voorgaande jaar werd wel een kleine vooruitgang geboekt (in 2008 was 29% van de managers van het vrouwelijk geslacht).

**ARTIKEL 41**

*STRATEGISCHE DOELSTELLING 1: DE VRIJWARING VAN EEN GEZONDE FINANCIËLE POSITIE IS VOOR DE VRT EEN ABSOLUTE NOODZAAK.*

**MAATSTAF 17: DE VRT** BEHAALT JAARLIJKS MINSTENS HET CUMULATIEVE RESULTAAT OVER DE DUUR VAN DE BEHEERSOVEREENKOMST CONFORM HET FINANCIËEL PLAN IN BIJLAGE. DIT VERONDERSTELT DAT JAARLIJKS MINSTENS **90%** WORDT GEHAALD VAN DE PLAFONDS VOOR RADIORECLAME EN TELEVISIESPONSORING.

**DE VRT** REALISEERT BIJ AFSLUITING VAN IEDER BOEKJAAR EEN SOLVABILITEITSRATIO (VERHOUDING EIGEN VERMOGEN / BALANS-TOTAAL) VAN MINIMAAL **30%**.

HET DEFICIT VAN GECUMULEERD MAXIMAAL **27** MILJOEN EURO MAG UITSLUITEND VEROORZAAKT ZIJN DOOR DE KOST VAN HET RENOVATIEPROJECT **ToM**.

HET EIGEN VERMOGEN VAN DE **VRT** ZAL EINDE **2011** NIET LAGER LIGGEN DAN **109** MILJOEN EURO.

**DE VRT** ZET EEN EFFICIENCY VERBETERINGSTRAJECT OP DAT DE GARANTIE BIEDT DAT BIJ CONSTANT BELEID (INHOUDELIJK ÉN FINANCIËEL) DE UITVOERING VAN DE OPENBARE OMROEPOPDRACHT NA **2011** GEVRIJWAARD BLIJFT.

*STRATEGISCHE DOELSTELLING 2: DE VRT HEEFT OOG VOOR HET ESR-VORDERINGEN-SALDO VAN DE VLAAMSE OVERHEID.*

**MAATSTAF 17: HET ESR** RESULTAAT MAG CUMULATIEF OP HET EINDE VAN **2011** MAXIMAAL **49** MILJOEN EURO ONGUNSTIGER ZIJN DAN HET RESULTAAT VAN HET FINANCIËEL PLAN IN BIJLAGE. OP JAARBASIS MAG ER EEN DIVERGENTIEMARGE VAN MAXIMAAL **10** MILJOEN EURO ZIJN T.O.V. VAN DE PROJECTIE VAN HET **ESR**-RESULTAAT IN BIJLAGE.

*STRATEGISCHE DOELSTELLING 3: TRANSPARANTIE M.B.T. DE FINANCIËLE AFSPRAKEN MET DE VLAAMSE OVERHEID EN DE NALEVING VAN DE RICHTLIJNEN VAN DE EUROPESE COMMISSIE IS EEN ABSOLUTE NOODZAAK.*

**MAATSTAF 17: DE VRT** VERSTREKT IN ZIJN JAARVERSLAG ADDITIONELE FINANCIËLE INFORMATIE OVER ZIJN INKOMSTENBRONNEN, DE KOST VAN ZIJN OUTPUT (RADIONETTEN, TELEVISIENETTEN, INTERNET, MOBIEL) EN DE NETTOKOSTEN VAN DE **OPENBARE OMROEPOPDRACHT**.

**DE INKOMSTEN** UIT DE ADVERTENTIEMARKT EN DE INKOMSTEN UIT DE EXPLOITATIE VAN AFGELEIDEN VAN HET **VRT** AANBOD WORDEN GEGENEREERD VIA APARTE JURIDISCHE ENTITEITEN. ALLE ANDERE COMMERCIEËLE ACTIVITEITEN WORDEN VIA EEN GESCHIEDEN ANALYTISCHE BOEKHOUDING BIJGEHOUDEN.

**DE VRT ZAL VANAF HET BOEKJAAR 2009 ZIJN GECONSOLIDEERDE JAARREKENING RAP-  
PORTEREN VOLGENS HET IFRS NORMENKADER.**

*STRATEGISCHE DOELSTELLING 4: DE VRT BEHOUDT ZIJN PROFESSIONELE BENA-  
DERING VAN DE PENSIOENPROBLEMATIEK.*

**MAATSTAF 17: DE VRT RAPPORTEERT IN UITVOERING VAN DE BEHEERSOVEREENKOMST JAARLIJKS OVER  
DE RESULTATEN VAN HET VRT- PENSIOENFONDS VOOR STATUTAIRE WERKNEMERS EN HET  
VRT PENSIOENFONDS VOOR CONTRACTUELE WERKNEMERS.**

Om deze performantiemaatstaf te behalen dient de VRT:

- 1) jaarlijks minstens het cumulatieve resultaat over de duur van de beheersovereenkomst conform het financieel plan dat opgenomen is in de beheersovereenkomst, wat veronderstelt dat jaarlijks minstens 90% van de plafonds voor radioreclame en televisiesponsoring gehaald moeten worden, te behalen;
- 2) bij de afsluiting van iedere boekjaar een solvabiliteitsratio van minimaal 30% te behalen;
- 3) het deficit van gecumuleerd maximaal 27 miljoen euro uitsluitend te veroorzaken door de kost van het renovatieproject ToM;
- 4) in 2011 een eigen vermogen te hebben dat niet lager zal liggen dan 109 miljoen euro;
5. een efficiency verbeteringstraject op te zetten dat een garantie biedt dat bij constant beleid uitvoering van de openbare omroepopdracht na 2011 gevrijwaard blijft;
- 6) een ESR resultaat te hebben dat cumulatief op het einde van 2011 maximaal 49 miljoen euro ongunstiger mag zijn dan het resultaat van het financieel plan dat is opgenomen is in de beheersovereenkomst, en op jaarbasis een divergentiemarge van maximaal 10 miljoen euro te hebben t.o.v. de projectie van het ESR resultaat dat is opgenomen in de beheersovereenkomst;
- 7) in zijn jaarverslag additionele financiële informatie over zijn inkomstenbronnen, de kost van zijn output en de nettokosten van de Openbare Omroepopdracht te verstrekken;
- 8) vanaf het boekjaar 2009 zijn geconsolideerde jaarrekening te rapporteren volgens het IFRS normenkader;
- 9) jaarlijks te rapporteren over de resultaten van het VRT-pensioenfonds voor statutaire werknemers en het VRT-pensioenfonds voor contractuele werknemers;
- 10) de inkomsten uit de advertentiemarkt en de inkomsten uit de exploitatie van afgeleiden van het VRT-aanbod via aparte juridische entiteiten te genereren en alle andere commerciële activiteiten via een gescheiden analytische boekhouding bij te houden.

De VRT stelt dat de vrijwaring van een gezonde financiële positie voor de VRT een absolute noodzaak is. Met betrekking tot de elementen van deze performantiemaatstaf werd het volgende meegedeeld:

- 1) In de beheersovereenkomst wordt het gecumuleerd resultaat over 2007 tot 2009 (exclusief de aanwending van de reserve) geraamd op -57.807.000 euro. In de realiteit bedraagt het cumulatief resultaat -14.102.872 euro, wat 43,7 miljoen euro beter is dan gepland.

Wat de radioreclame betreft, lagen de ontvangsten in 2009 9,5 miljoen euro lager dan de minimumgrens voorzien in de beheersovereenkomst (90% van een geïndexeerd plafond), zodat de knipperlichtprocedure in werking werd gesteld. In het resultaat 2009 zit dan ook een extra dotatie uit knipperlicht t.b.v. 9,5 miljoen euro verrekend. Wat televisiesponsoring betreft, liggen de ontvangsten voor 2009 binnen de grenzen voorzien in de beheersovereenkomst. De sponsoring van alliantiepartners ligt dan weer 6.000 euro boven de maximumgrens uit de beheersovereenkomst en dit bedrag wordt in mindering gebracht van de extra dotatie uit knipperlicht radioreclame.

- 2) De solvabiliteitsratio bij het afsluiten van het boekjaar 2009 bedroeg 51,15 %.

- 3) In de beheersovereenkomst bedraagt het budget van TOM voor de jaren 2007 tot 2009 samen 13.807.000 euro. De werkelijke kosten bedroegen gecumuleerd 6.792.360 euro, en dit tekort werd overgedragen naar 2010. Het gecumuleerd deficit van maximaal 27 miljoen euro over de volledige duur komt niet in het gedrang. Er werd immers - omwille van besparingsredenen – in 2008 beslist om fase 2 van het project niet uit te voeren, en dit voor de duur van de lopende beheersovereenkomst.

Het overgedragen deficit zal eind 2011 enkel veroorzaakt zijn door TOM. Eind 2009 is er weliswaar nog een overgedragen tekort voor DIVA, maar dit tekort zal in de loop van 2010 -2011 aangezuiverd worden door toekomstige ontvangsten uit de verkoop van het zenderpark.

- 4) De VRT waakt er over dat het eigen vermogen eind 2011 niet lager zal liggen dan 109 miljoen euro. Deze bewaking gebeurt in de opeenvolgende meerjarenplannen.  
Eind 2009 bedroeg het eigen vermogen 182.890.928 euro. Volgens de beheersovereenkomst bedroeg de te realiseren besparing in 2009 18,1 miljoen euro (10,0 miljoen euro structurele kostenreductie en 8,1 miljoen euro progressieve efficiëntieverbetering). De gerealiseerde besparing bedraagt 35,6 miljoen euro. Dat is 17,5 miljoen euro beter dan het engagement vastgelegd in de beheersovereenkomst.
- 5) Volgens de beheersovereenkomst bedroeg de te realiseren besparing in 2009 18,1 miljoen euro (10,0 miljoen euro structurele kostenreductie en 8,1 miljoen euro progressieve efficiëntieverbetering). De gerealiseerde besparing bedraagt 35,6 miljoen euro. Dat is 17,5 miljoen euro beter dan het engagement vastgelegd in de beheersovereenkomst.
- 6) Cumulatief ESR-resultaat (Europees Stelsel van Rekeningen)  
Op 31/12/2009 bedraagt het cumulatief (overgedragen) ESR-resultaat +24 miljoen euro, wat 60 miljoen euro beter is dan voorzien in de beheersovereenkomst. De performantiemaatstaf die zegt dat VRT eind 2011 maximaal 49 miljoen euro ongunstiger mag afsluiten dan het financieel plan van

de beheersovereenkomst komt dus niet in het gedrang.

#### ESR-resultaat 2009

In de beheersovereenkomst is een verlies van 20,1 miljoen euro vooropgesteld. Het boekjaar 2009 sloot af met een verlies van 8.782.751 euro, of een positieve variantie van 11,3 miljoen euro. Aan de basis van dit overschot ligt het wegvallen van de patronale bijdragen aan het Pensioen-financieringsorganisme Statutairen VRT in 2009, terwijl deze bijdragen wel nog voorzien zijn in het financieel plan bij de beheersovereenkomst. Maken we abstractie van dit budget, dan bedraagt de variantie slechts 2 miljoen euro.

- 7) De VRT verschaft in dit jaarverslag informatie over de inkomstenbronnen (de vier pijlers ter financiering van de VRT), over de kosten van de output (radio- en televisienetten, internet en mobiele media), de nettokosten van de publieke omroepopdracht, en het eventuele netto-surplus of ondercompensatie van de openbare omroepopdracht.
- 8) De VRT zal voor wat betreft de geconsolideerde jaarrekening voor het boekjaar 2009 niet IFRS-conform (International Financial Reporting Standard) zijn.  
Na de impactanalyse over de invoering van een IFRS-boekhouding, die werd uitgevoerd samen met de commissaris Deloitte, heeft de VRT geoordeeld dat de kleine toegevoegde waarde van dergelijke rapportering niet opweegt tegen de aanzienlijke meerkosten aan mankracht die een IFRS-implementatie met zich mee brengt. IFRS zou bovendien een vierde set van aanrekeningsregels betekenen (naast de statutaire jaarrekening, de VOI-jaarrekening en de ESR-rapportering), hetgeen mogelijkerwijze de transparantie rond de globale financiële rapportering van de VRT vermindert.
- 9) De VRT rapporteert in dit jaarverslag over de resultaten van het Pensioen-financieringsmechanisme Statutairen VRT en het Pensioenfonds Contractuelen VRT.
- 10) In artikel 38 van de beheersovereenkomst wordt bepaald dat de Raad van Bestuur kan besluiten om voor de inkomsten uit de exploitatie van afgeleiden van het VRTaanbod een afzonderlijke dochtervennootschap op te richten. Tot op heden was dit niet aan de orde. De VRT voerde wel een volledig gescheiden boekhouding voor haar Line Extensions-activiteiten.  
De inkomsten uit de advertentiemarkt worden via een aparte vennootschap verworven (Vlaamse Audiovisuele Regie).

**CONCLUSIE:** De VRT blijkt de performantiemaatstaf voor het punt 8 (vanaf het boekjaar 2009 zijn geconsolideerde jaarrekening te rapporteren volgens het IFRS normenkader) niet behaald te hebben. Na het uitvoeren van een impactanalyse heeft de VRT geoordeeld dat de kleine toegevoegde waarde van een dergelijke rapportering niet opweegt tegen de aanzienlijke meerkost aan mankracht die deze rapportering met zich meebrengt. Bovendien zou de IFRS-implementatie mogelijkerwijze de transparantie rond de globale financiële rapportering van de VRT verminderen.



**DEEL II: AFGELEIDE PERFORMANTIEMAATSTAVEN.****ARTIKEL 9. Algemene bepalingen****1. BETREFFENDE DE DIVERSITEIT OP DE NETTEN:**

**ARTIKEL 9 § 5: “DE NETTEN ZIJN ZO GEPROFILEERD DAT ZIJ EEN DIVERSITEIT BRENGEN IN HUN AANBOD IN DE VERSCHILLENDE OPENBARE OMROEPDOMEINEN, ZODAT IN ELK VAN DE OPENBARE OMROEPDOMEINEN OVER DE NETTEN HEEN EEN DIVERSITEIT AAN GENRES EN DISCIPLINES WORDT AANGEBODEN. HIERBIJ WORDT OOK DE NODIGE AANDACHT BESTEED AAN BRUSSEL.**

**IN HET BIJZONDER ZIJN DE RADIONETTEN ZO GEPROFILEERD DAT ZIJ EEN DIVERSITEIT AAN MUZIEKGENRES AANBIEDEN WAARONDER OOK HET NEDERLANDSTALIGE IN AL ZIJN GENRES.”**

Om te voldoen aan deze bepalingen dient de VRT:

- 1) diversiteit te brengen in hun aanbod, zodat in elk van de Openbare Omroepdomeinen over de netten heen een diversiteit aan genres en disciplines wordt aangeboden en waarbij de nodige aandacht aan Brussel wordt besteed;
- 2) de radionetten zo te profileren dat zij een diversiteit aan muziekgenres aanbieden waaronder ook het Nederlandstalige in al zijn genres.

De VRT geeft met volgende gegevens aan op welke punten hij al dan niet voldoet aan de bepalingen:

- 1) De VRT stelt dat het percentage diversiteit en de aandacht voor Brussel niet gemeten wordt.
- 2) Voor het totaalaanbod van Nederlandstalige producties behaalde Radio 1 in 2009 9 % Nederlandstalige muziek, voor Radio 2 bedraagt dit percentage 25%.

De VRM heeft aan de VRT steekproeven opgevraagd en ontvangen voor de maanden maart en oktober 2009 van alle radionetten.

Uit de steekproef van de maand maart blijkt dat Radio 1, Radio 2, Studio Brussel en MNM respectievelijk 10%, 24%, 1,5% en 1,7% Nederlandstalige muziek draaiden.

Uit de steekproeven die door de VRM zijn genomen in de maanden maart en oktober 2009 blijkt dat de playlists zoals deze zijn overgemaakt door de VRT gelijk zijn aan de controlegroep die door de Vlaamse Regulator voor de Media is bepaald<sup>28</sup>.

<sup>28</sup> De onderzoeksceel van de Vlaamse Regulator voor de Media heeft steekproefsgewijs op verschillende tijdstippen een uur radio-uitzending geanalyseerd. Deze is ter controle vergeleken met de playlists die zijn overgemaakt voor de verschillende radiokanalen van de VRT voor de maanden maart en oktober. De data die de VRT heeft overgemaakt waren identiek aan de steekproefgewijze data die de Vlaamse Regulator voor de Media intern had gecontroleerd.

**CONCLUSIE:** Wegens het gebrek aan gegevens kan voor punt 1 (het meten van diversiteit brengen in het aanbod, zodat in elk van de Openbare Omroepdomeinen over de netten heen een diversiteit aan genres en disciplines wordt aangeboden en waarbij de nodige aandacht aan Brussel besteed wordt) niet aangetoond worden of de VRT deze bepalingen behaald heeft.

Wat de aanwezigheid van de Nederlandstalige muziek in al zijn genres betreft, blijkt dat deze aanwezig is op de verschillende netten van de VRT. Deze aanwezigheid varieert sterk naargelang het netprofiel.

## 2. BETREFFENDE DE INVESTERING IN VLAAMSE FICTIE:

**ARTIKEL 9 § 6: “DE VRT ENGAGEERT ZICH TE BLIJVEN INVESTEREN IN VLAAMSE FICTIE.**

**DE VRT ZAL ZIJN AANDEEL IN KWALITATIEVE FICTIE EN ANIMATIE UITBREIDEN OP EÉN, CANVAS EN KETNET EN ZIJN DOCUMENTAIRE AANBOD OP CANVAS, OP VOORWAARDE DAT DE VRT HIERVOOR BIJKOMENDE MIDDELEN KAN VERWERVEN.**

**DE VRT ZAL HIERTOE EEN SAMENWERKINGSOVEREENKOMST SLUITEN MET HET VAF. VOOR DE REALISATIE VAN DEZE DOELSTELLING ZULLEN VAF EN VRT EEN BEROEP KUNNEN DOEN OP ALLE FINANCIERINGSINSTRUMENTEN DIE DOOR DE VLAAMSE GEMEENSCHAP WORDEN ONTWIKKELD VOOR ZOVER ZIJ AAN DE TOEKENNINGVOORWAARDEN ERVAN BEANTWOORDEN.”**

Om te voldoen aan deze bepaling dient de VRT:

- 1) zijn aandeel in kwalitatieve fictie en animatie uit te breiden op Eén, Canvas en Ketnet en zijn documentaire aanbod op Canvas, op voorwaarde dat de VRT hiervoor bijkomende middelen kan verwerven;
- 2) hiertoe een samenwerkingsovereenkomst te sluiten met het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF).

De VRT geeft met volgende gegevens aan op welke punten hij als dan niet voldoet aan de bepalingen:

- 1) De VRT bracht in 2009 kwaliteitsvolle Vlaamse fictie zoals ‘Van vlees en bloed’ (Eén) en ‘de Smaak van De Keyser’ (Eén). Ook Vlaamse films werden uitgezonden op Eén, zoals ‘Ben X’ en ‘Windkracht 10’.

Vlaanderen stond op Eén centraal in programma’s zoals ‘Vlaanderen Vakantieland’, ‘Man bijt hond’ en ‘1000 zonnen’.

Het aanbod op Canvas bestaat voor een groot stuk uit Vlaamse producties. Een voorbeeld is hier ‘Meneer Dokter’, een reeks over huisartsen van vroeger.

Het Ketnet-programmaschema bevatte in 2009 veel eigen Vlaamse producties zoals ‘Zo is er maar één-de cup’, ‘KetnetPOP’, ‘AbraKOdabra’, ‘De pretroulette’ en ‘GO IV’.

2. Reeds van bij de start van de nieuwe beheersovereenkomst zijn er gesprekken opgestart tussen de Vlaamse Omroepen en het VAF over het afsluiten van een specifieke samenwerkingsovereenkomst die zou toelaten om de nodige middelen te verzamelen voor de realisatie van meer kwalitatieve Vlaamse fictie, animatie en documentaires. Een eerste resultaat van deze gesprekken is de opstart in 2009 van een nieuwe subsidielijns voor tv-drama binnen het VAF. Deze bijkomende subsidielijns van 2.850.000€ werd goedgekeurd door de Vlaamse regering en de Europese Commissie. Binnen deze subsidielijns werden reeds een aantal projecten van VRT in 2009 goedgekeurd en deze projecten ontvangen dus ook een subsidie. Het gaat om:

'Het Goddelijke Monster' (10 afleveringen): 1.000.000€ productiesteun.

Deze prestigieuze 10-delige TV-reeks vertaalt de bekende monstertrilogie van schrijver Tom Lanoye naar het kleine scherm. Productie vond grotendeels plaats in 2009, uitzending op Eén is voorzien voor ten vroegste 2012.

'The Artist' (6 afleveringen): 25.000€ scenariosteun + 575.00€ productiesteun.

'The Artist' is een pan-europees fictieproject waarbij verschillende Europese omroepen samen het verhaal in beeld brengen van een kunstroof, met deelverhalen in elk van de landen en een gemeenschappelijk slot.

Productie is voorzien voor 2011, uitzending op Canvas vanaf ten vroegste najaar 2011.

'Red Star Line': 25.000€ scenariosteun

Historisch fictieproject rond de Red Star Line rederij die in de 19de en begin 20ste eeuw de verbinding tussen Antwerpen en Amerika verzorgde.

Project bevindt zich nog volop in ontwikkeling. Productie- en uitzendperiode zijn nog niet vast gelegd.

Het VAF heeft ook voor 2010 reeds een eerste aan de VRT verbonden project goedgekeurd:

'Quiz me Quick': 1.000.000€ productiesteun

Humoristische fictiereeks van Bart De Pauw rond de lotgevallen van 5 vrienden in het Vlaamse quiz-milieu.

Productie start mogelijk al eind 2010. Uitzenddatum ligt nog niet vast.

VRT investeert telkens minstens evenveel in het project als VAF. In het geval van 'Het Goddelijke Monster', 'Quiz me Quick' en 'Red Star Line' ligt de investering van VRT zelfs beduidend hoger dan de toegekende VAF-subsidie.

Tot op heden werd echter nog geen samenwerkingsovereenkomst met het VAF gesloten.

**CONCLUSIE: De VRT blijkt de doelstelling behaald te hebben, behalve voor punt 2 (een samenwerkingsakkoord sluiten met het VAF). Wel werden in 2009 een nieuwe subsidielijn voor tv-drama binnen het VAF opgestart.**

## ARTIKEL 10. Generalistisch aanbod voor iedereen

### 1. GENERALISTISCH ONTPLOOIEND AANBOD (CANVAS EN RADIO 1)

**ARTIKEL 10 § 3: “... RADIO 1 IS EEN VENSTER OP DE WERELD, EEN NET MET ALS KERNWAARDEN ONTDEKKING EN VERRUIMING. DE INFORMATIEVE BASIS WORDT AANGEVULD MET EN IS INGEBED IN EEN GEVARIEERDE PROGRAMMAMIX. CULTUUR, HUMAN INTEREST, MUZIEK – WAARONDER OOK HET NEDERLANDSTALIGE LIED-, KENNIS EN WETENSCHAP EN SATIRE HEBBEN HIERIN HUN PLAATS. RADIO 1 ZAL DIT PROGRAMMABELEID VERDER UITBOUWEN MET EXTRA AANDACHT VOOR HET ONTDEKKEN BINNEN HET AANBOD (STIMULEREN, PRIKKELEN, VERRASSEN).”**

Om te voldoen aan deze bepalingen dient de VRT voor Radio 1:

- 1) een gevarieerde programmamix in te bedden waarin cultuur, human interest, muziek – waaronder ook het Nederlandstalige lied -, kennis en wetenschap en satire hun plaats hebben;
- 2) de brede actualiteit nog verder uit te bouwen onder meer via gespecialiseerde cellen op de geïntegreerde nieuwsredactie en door meer uitleg te geven bij het nieuws en extra nieuwsbulletins uit te zenden bij belangwekkende gebeurtenissen;
- 3) veel aandacht blijven schenken aan sport zowel in de nieuwsprogramma's als in gespecialiseerde magazines.

De VRT geeft met volgende gegevens aan op welke punten hij al dan niet voldoet aan de bepalingen:

#### Netprofiel Radio 1

Radio 1 is een open actualiteitennet.

Het net zet bij belangrijke nieuwsgebeurtenissen zijn programma's open voor duiding bij de actualiteit. Daarnaast vormen ook cultuur, sport, human interest, muziek, kennis & wetenschap en humor & satire belangrijke pijlers.

#### Gespecialiseerde cellen op de geïntegreerde nieuwsredactie

Volgende cellen zijn actief op de geïntegreerde nieuwsredactie: politieke verslaggeving (Vlaams, federaal), juridische verslaggeving (beleidsmatig en fait divers), Europese verslaggeving, sociaal economische verslaggeving, bedrijfseconomische verslaggeving, beursverslaggeving, culturele verslaggeving (zeer breed namelijk klassieke muziek, populaire muziek, tentoonstellingen, dans, media en film), milieuverslaggeving, wetenschappelijke verslaggeving en onderwijs.

Het aantal leden per cel verschilt nogal, de meest bezette cel is de politieke cel.

## Radio 1: op het ritme van de actualiteit

Radio 1 had als informatiezender aandacht voor de Vlaamse en Europese verkiezingen. Het verkiezingsprogramma Verkiezingen 09 zond twee weken lang elke ochtend live uit vanuit het Vlaams parlement.

Er waren ook extra duidingsprogramma's rond de heiligverklaring van Pater Damiaan, het referendum over de Oosterweelverbinding, de inauguratie van Obama en de klimaattop van Kopenhagen.

Naast de specifieke nieuwsprogramma's ('De ochtend' en 'Vandaag') bracht Radio 1 het nieuws de hele dag door.

Iedere dag zit er in het nieuwsprogramma 'De Ochtend' een vaste sportrubriek met sportnieuws en sportduiding. Hetzelfde geldt voor het nieuwsprogramma 'Vandaag' waar ook iedere weekdag een vaste sportrubriek in zit. Op maandagmorgen is er nog een voetbal- of wielersanalyse. Daarnaast wordt er in deze twee programma's ook buiten de specifieke sportrubrieken nog over sport bericht, telkens wanneer de actualiteit dat aandraagt. Omdat Radio 1 een open net is, gebeurt dit ook in andere programma's dan de nieuwsprogramma's.

Sport maakt ook deel uit van de radionieuwsbulletins: uitslagen van de voor Vlaanderen relevante sportdisciplines, live flitsen bij belangrijke sportmanifestaties of bij breaking news, nieuwst buiten het sportveld (problemen, doping, sport in de maatschappij, ...).

Sport kwam live aan bod in Sporza. In de zomer waren er ook de live-uitzendingen van Sporza Tour met focus op Belgische deelnemers.

Radio 1 zond ook specifieke cultuurprogramma's uit, zoals 'Mezzo' en 'Friedl': naast culturele items in andere programma's.

De muziek was een mix van hedendaagse en klassieke pop en rock met speciale aandacht voor Vlaamse producties ('Classics', 'Allez Allez', 'Exit'). 'Exit Live' zond live uit op de zomerfestivals en Helden serveerde muzikale mijlpalen.

Radio 1 zet zijn programma's open voor duiding bij de actualiteit. Radio 1 bood ook interactie met de luisteraar, zoals in het consumentenprogramma 'Peeters en Pichal'. Het net blikte ook op een humoristische manier terug op het voorbije jaar in 'Het besluit'.

## Internet

Radio1.be bood interactie maar ook extra content rond evenementen zoals de Radio 1-sessies. Sinds november 2009 worden de duidingprogramma's van Radio 1 dagelijks gestreamd op Radio1.be en Deredactie.be.

## Digitale verrijking

Radio 1 Classics brengt klassieke pop- en rockmuziek en is te beluisteren via de internetradiospeler.

### Evenementen en acties

Radio 1 organiseerde de Radio1-sessies in het AT in Brussel met toppers uit de Belgische muziekwereld: Stef Kamil Carlens, Gabriel Rios, Axelle Red en anderen.

Specifieke acties waren onder meer de carpooldag en de Kopenhagenmissie van Peeters en Pichal en de Woodstock-special naar aanleiding van 40 jaar Woodstock.

**CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.**

## ARTIKEL 11. Generalistisch aanbod voor doelgroepen

### 1. GENERALISTISCH AANBOD VOOR VLAMINGEN IN HET BUITENLAND (RVI/BVN)

**ARTIKEL 11 § 3: “RVI RICHT ZICH OP DE DOELGROEP VLAMINGEN DIE PERMANENT OF SEMI-PERMANENT IN HET BUITENLAND VERBLIJFT ALSOOK OP DE VLAMINGEN OP REIS IN HET BUITENLAND. RVI IS EEN COMBINATIE VAN RADIO EN INTERNET. BEIDE MEDIA VULLEN ELKAAR AAN.**

**DE VRT ZAL HET HUIDIGE RADIOAANBOD VOOR VLAMINGEN IN HET BUITENLAND BEHOUDEN EN EEN MULTIMEDIAAL PARTICIPATIEF WEBPLATFORM ONTWIKKELEN VOOR DE VLAMINGEN IN HET BUITENLAND.**

...

**BVN (HET BESTE VAN VLAANDEREN EN NEDERLAND) IS HET PUBLIEKE TELEVISIENET VOOR NEDERLANDERS EN VLAMINGEN IN HET BUITENLAND. BVN IS EEN SAMENWERKINGSVERBAND TUSSEN DE NEDERLANDSE PUBLIEKE OMROEP, DE NEDERLANDSE WERELDOMROEP EN DE VRT. BVN BIEDT EEN SELECTIE AAN UIT HET AANBOD VAN EÉN, KETNET, CANVAS EN NEDERLAND 1, 2 EN 3. BVN IS OVER (BIJNA) HEEL DE WERELD TE BEKIJKEN. DE VRT ZAL ZIJN AANBOD OP BVN VERSTERKEN.”**

Om te voldoen aan deze bepalingen dient de VRT:

- 1) een multimediaal participatief webplatform te ontwikkelen voor de Vlamingen in het buitenland;
- 2) zijn aanbod op BVN te versterken

De VRT geeft aan op welke punten hij al dan niet voldoet aan deze bepalingen:

- 1) Radio Vlaanderen Info (RVI): het beste van Vlaanderen

#### Radio

Radio Vlaanderen Info nam in 2009 de nieuwsprogramma's van Radio 1 over en maakte twee eigen magazines: De vitrine (over wat er leeft in Vlaanderen) en Vlaming in de wereld (ervaringen van een uitgeweken landgenoot). Radio Vlaanderen liet vooral muziek uit Vlaanderen horen en een aantal muziekprogramma's van Radio 2, zoals De Lage Landen en De topcollectie.

#### Internet

Net zoals de radio werd ook RVI.be in 2009 vernieuwd. De website bood eenzelfde combinatie van brede actualiteit en doorverwijsfunctie. Flandersnews.be wordt intussen ook overgenomen door andere sites zoals xpaths.com van The Bulletin en flanderstoday.eu. RVI onderhoudt de band tussen Vlaanderen en Vlamingen in het buitenland.



## RVi algemeen

Rvi vervult zijn informatie-overdracht door het uitgebreide multimediale aanbod van de themasites deredactie.be en sporza.be aan te reiken. De hoofdartikels van deze sites worden overgenomen en linken door naar het achterliggende aanbod.

VRT creëert interactie en conversatie met zijn publiek. We doen dit echter door platformen aan te wenden waar surfers van nature naartoe gaan voor interactie en conversatie, namelijk op sociale media als Facebook en Twitter. Zeker de themasites die ook door rvi.be worden aangereikt zijn op dat vlak erg actief.

Verder linkt rvi.be door naar sites van partners als Vlamingen in de wereld die expats met elkaar in contact brengen.

## 2) Het Beste van Vlaanderen en Nederland (BVN)

BVN is de publieke satellietzender voor Nederlandstaligen in het buitenland. De BVN-partners (VRT, Nederlandse Wereldomroep en de Nederlandse Publieke Omroep) zorgen voor een volledig Nederlandstalige programmering. De VRT levert ongeveer een derde van de programma's. Het gaat over nieuws-, informatie-, ontspanning-, sport- en kinderprogramma's.

**CONCLUSIE:** Wegens het gebrek aan gegevens kan voor punt 2 (het aanbod op BVN te versterken) niet worden aangetoond of de VRT deze doelstelling behaald heeft. De Regulator heeft de VRT hierover bijkomende informatie gevraagd. Op 10 mei 2010 liet de VRT weten dat de gevraagde gegevens beschikbaar zijn maar vanuit de BVN-coördinatiecel in Nederland niet tijdig werden bezorgd.

## ARTIKEL 14. Het productiebeleid

### 1. INTERNE PRODUCTIES: IPRO, HET INTERNE PRODUCTIEHUIS

**ARTIKEL 14 § 2: “DE VRT INVESTEERT PERMANENT IN ZIJN INTERNE PRODUCTIE. DE VRT VORMT HET EIGEN PRODUCTIEHUIS OM TOT EEN BEDRIJFSAFDELING (IPRO) DIE KWALITEIT LEVERT EN AANTREKkelijk IS VOOR CREATIEF TALENT.**

**PER GENRE LEGT VRT DE PROGRAMMA’S VAST DIE HIJ INTERN WIL PRODUCEREN. NIEUWS- EN DUIDINGSPROGRAMMA’S ZULLEN STEEDS DOOR IPRO GEPRODUCEERD WORDEN. RELEVANTE CRITERIA OM AL DAN NIET INTERN TE PRODUCEREN ZIJN DE AANSLUITING BIJ DE NIEUWS- EN INFORMATIEOPDRACHT, HET RISICO (DEONTOLOGISCH, STRATEGISCH VOLUME, E.D.), DE FORMAT- EN ARCHIEFRECHTEN, DE ONTWIKKELING VAN TALENT, EN HET AANBOD AAN EXTERNE ALTERNATIEVEN.**

...

**DE VRT ZORGT ERVOOR DAT HIJ STEEDS DE COMPETENTIES ZELF TER BESCHIKKING HEEFT DIE NODIG ZIJN OM NIEUWS EN DUIDING, STRATEGISCHE PROGRAMMA’S EN CRUCIALE PROGRAMMASLOTS IN TE VULLEN.”**

Om te voldoen aan deze bepalingen dient de VRT de programma’s per genre vast te leggen die hij intern wil produceren.

De VRT geeft met volgende gegevens aan op welke punten hij voldoet aan de bepalingen:

#### Het interne productiehuis

De VRT kan als openbare omroep in Vlaanderen enkel relevant zijn als zij lokale en kwalitatief sterke programma’s programmeert en produceert.

In 2009 waren er binnen de VRT acht interne productiehuizen. Door de reorganisatie van begin 2010 werd dit herleid tot zes interne productiehuizen.

Intern produceren biedt de mogelijkheid om crossmediale producties te ontwikkelen en talenten te bundelen over de media heen (onder andere in de domeinen nieuws, sport, cultuur en jeugd). Een voldoende groot intern productiehuis kan ook extra efficiëntiewinsten realiseren, de risico’s beter spreiden en onafhankelijk zijn van de externe markt.

De VRT heeft als missie voor het eigen productiebeleid: “De VRT wil het grootste en kwalitatief beste productiehuis van Vlaanderen zijn. Zowel voor de klassieke als voor de nieuwe media.”

De interne productie van de VRT vertegenwoordigde in 2009 ongeveer 72% van het totale uitzendbudget voor televisie en radio. Het interne productiehuis VRT-Nieuws bood in 2009 een uitgebreider aanbod naar aanleiding van de Vlaamse en Europese verkiezingen. De directie Productie/Operationele Afdelingen ondersteunt de missie van het productiebeleid en wil de preferentiële partner van

het interne productiehuis zijn. De afdeling bestond in 2009 uit vijf pijlers: ENG (elektronische nieuws-garing), radiotechniek, uitzendoperaties en programmabewerking, ProPartners (tv-ondersteuning) en D&A (archiefafdeling).

Operationele Afdelingen zet een brede expertise in voor de realisatie van nieuwsuitzendingen, duidingsprogramma's, sportwedstrijden, programma's over cultuur en kennis & wetenschap, showprogramma's, fictiereeksen, humorprogramma's en radioprogramma's.

### De belangrijkste producties per productiehuis in 2009

- o **VRT-Magazines** maakte voor Kom Op Tegen Kanker een geldinzamelingsshow 'Geef De Kleintjes'. De ploeg van 'De rode loper' maakte een portret van hun overleden presentatrice Yasmine: Van porselein. 'Vlaanderen Vakantieland' bood binnen- en buitenlandse reistips en organiseerde voor zijn 20ste verjaardag een wedstrijd.

De VRT had aandacht voor de Vlaamse muzieksector: VRT-Magazines stond in voor de productie van Radio 2 en Radio 2-evenementen en -acties zoals 'Zomerhit', een liedjesschrijfwedstrijd 'Schrijf er maar één' en 'De Eregalerij'.

- o **VRT-Entertainment** maakte ontspannende radio en tv, voor de luisteraars van MNM en de kijkers van Eén en Canvas. Het productiehuis stond in 2009 in voor enkele reeds bestaande infotainmentprogramma's zoals 'De bedenkers' (een wedstrijd rond productontwikkeling en innovatie), 'De Canvascrack' (een kennisquiz) en 'Plat préféré' (een culinair humaninterestprogramma). Het produceerde ook de muziekawardshow 'De Mia's'. Meer Vlaamse en internationale muziek stonden ook centraal in 'Peter Live!', 'Junior Eurosong 2009', 'Eurosong 2009' en opnames van concerten van Bart Peeters en Clouseau. Daarnaast bracht VRT Entertainment ook humor met de Conférence van Geert Hoste en een – zelf ontwikkeld – nieuw humorprogramma 'Zonde van de zendtijd'.
- o **VRT-Jong** produceerde in 2009 drie nieuwe programma's voor Ketnet: 'Clash' (een spelprogramma met een strijd tussen jongens en meisjes), 'Circus' (een realityprogramma over kinderen die opgeleid worden tot circusartiesten) en 'De dansbende' (over dansen voor kinderen). Daarnaast maakte VRT-Jong 'de wrap', nieuwe reeksen van 'De pretroulette' en 'Kaatje van Ketnet'. Binnen het productiehuis bracht Studio Brussel nieuwe muziekprogramma's in het uitzendschema ('Sound of Sam' en 'Select'). De benefietactie Music For Life werd door VRT-Jong gecoördineerd. Het productiehuis ontwikkelde in 2009 ook enkele projecten specifiek voor jongeren: een nieuwssite voor jongeren (in samenwerking met Stamp media) en bijdragen aan programma's als '1000 zonnen' en 'De stemming 09' door jongeren van 'De Overname' (een VRT-jongeren project in 2008).
- o **VRT-Nieuws** produceerde naast nieuws- en duidingsprogramma's voor radio en tv ook Deredactie.be (in 2009 uitgebreid met een videozone). Verder zorgde VRT Nieuws voor het aanbod naar aanleiding van de Vlaamse en Europese verkiezingen.

- o **VRT-Sport** produceerde vanaf augustus 2009 het nieuwe voetbalmagazine Extra time. De Memorial Van Damme was de eerste sportcaptatie in HD. De VRT organiseerde een showcase op de atletiekmeeting waarin Vlaamse mediabedrijven hun expertise en technologie demonstreerden. Decaptatie van de voetbalwedstrijden van de Europa League, was een coproductie met EXQI en AB3. Daarnaast stond VRT-Sport in voor de reguliere sportverslaggeving en -programma's op radio en tv en voor Sporza.be, zoals 'Sportweekend', 'Studio 1', 'Tour 2009' en drie sportgala's.
- o **VRT-Weten** produceerde in 2009 het magazine 'Ook getest op mensen', waarin gezondheidstesten werden gehouden. 'Puur persoonlijk' was een reeks waarin regisseurs een jaar lang de tijd kregen voor het maken van een documentaire rond een bekende persoonlijkheid. 'Belpop' en 'Verloren land' kregen een tweede seizoen. 'Bobslee: Operatie Lake Placid' volgde de wetenschappelijke begeleiding van atletes die hun olympische droom nastreven. VRT-Weten produceerde ook 'Astronaut', een documentairereeks over de rol van Frank De Winne als gezagvoerder van het ISS. Daarnaast leverde VRT-Weten ook (bijdragen voor) programma's voor Radio 1.
- o **VRT-Cultuur** realiseerde in 2009 een nieuw programmaschema voor Klara. Het cultuurplatform Klara.be werd verder uitgebouwd. Voor Canvas ontwikkelde VRT-Cultuur twee nieuwe cultuurprogramma's: 'Strada' en 'Goudvis'. VRT-Cultuur was ook (co)producent van culturele evenementen zoals 'Het Besluit', 'KlaraFestival', 'Klara in het Paleis' en Jazz Middelheim en nam voor het eerst Rock Werchter op voor Canvas.
- o **VRT-Fictie** stond in voor de producties van 'Witse', 'FC De kampioenen', 'Click-ID' en 'Thuis'. De samenwerking met een externe producent voor een (voornamelijk in 2009 geproduceerde) nieuwe fictiereeks 'Wolven' zal de VRT zonder meerkosten een speelfilm (Wolf) opleveren.

## De steun aan de Vlaamse productiehuisen en beeldindustrie

Het aandeel van de Vlaamse tv-(co) producties in het tijdsblok 18-23 uur moet 50% bedragen van de totale output op Eén en Canvas/Ketnet. Dat schrijft de beheersovereenkomst voor. In 2009 was 70% van de uitzendingen in die tijd een Vlaamse productie.

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

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

## Productiecijfers

De totale radio-output bedroeg in 2009 84.253 uur (in 2008: 74.409 uur). De stijging ten opzichte van 2008 komt door:

- de start van de nieuwe radiostromen Radio 1 Classics, Radio 2 De Topcollectie XL, Stu-Bru Rock It! en Klara jazz;
- de toename van het aantal eigen geproduceerde uren van Radio Vlaanderen Info en Radio Vlaanderen.

De nettoprogrammazendtijd voor televisie bedroeg in 2009 9.772 uur, een daling ten opzichte van 2008 (9.864 uur). In 2009 werden 3.183 uren aan door de VRT geproduceerde tv-programma's voor de eerste keer uitgezonden (dit is inclusief coproducties en producties in opdracht). Met inbegrip van herhalingen was het volume eigen producties in 2009 5.449 uur. Dat is 55,8% van de nettoprogrammazendtijd.

**CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.**

## 2. EXTERNE PRODUCTIES

**ARTIKEL 14 § 3: “ DE VRT HEEFT DE OPDRACHT OM ACTIEF TE PARTICIPEREN IN DE VLAAMSE AUDIOVISUELE SECTOR.**

**DE VRT WERKT SAMEN MET VERSCHILLENDE VLAAMSE PRODUCTIEHUIZEN. BIJ HET UITBESTEDEN VAN ZIJN PRODUCTIES HANTEERT DE VRT EEN AANTAL CRITERIA:**

- 1° NIEUWS EN DUIDING WORDEN NOOIT UITBESTEED.**
- 2° PROGRAMMA’S DIE STRATEGISCH BELANGRIJK ZIJN WORDEN IN PRINCIPE DOOR DE VRT ZELF GEMAAKT.**
- 3° CRUCIALE PROGRAMMA’S DIE DE VRT NIET ZELF KAN MAKEN, VERTROUWT HIJ TOE AAN GESELECTEERDE PRODUCTIEHUIZEN WAARMEE HIJ EEN STRATEGISCH PARTNERSHIP HEEFT.”**

Om te voldoen aan deze bepalingen dient de VRT samen te werken met verschillende Vlaamse productiehuizen.

De VRT geeft met volgende gegevens aan op welke punten hij voldoet aan de bepalingen:

### De steun aan de Vlaamse productiehuizen en beeldindustrie

Het aandeel van de Vlaamse tv-(co) producties in het tijdsblok 18-23 uur moet 50% bedragen van de totale output op Eén en Canvas/Ketnet. Dat schrijft de beheersovereenkomst voor. In 2009 was 70% van de uitzendingen in die tijd een Vlaamse productie.

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

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

Externe productiehuizen en facilitaire en andere bedrijven uit de Vlaamse audiovisuele sector leveren producties en diensten aan de VRT. In 2009 leverden de Vlaamse productiehuizen voor 60,1 miljoen euro diensten aan de VRT.

De VRT heeft in 2009 een ontwikkelingsfonds opgericht om de ontwikkeling van media-concepten en formats te ondersteunen. In 2009 werd 225.000 euro uit dit ontwikkelingsfonds verdeeld onder onafhankelijke productiehuizen.

De productiehuizen waarmee de VRT in 2009 samenwerkte waren: 3 Keys Producties, Any Media, Bert Smets Productions, Caviar, Cine 3, De B-ploeg, De Choco’s, Ded’s It Productions, De Filistijnen,

De Filistijnen Productions, Eyeworks, Eyeworks film & tv drama, GHI, Koeken Troef, Light Sleeper, Mediaminds, Menuet, Onderandere, Oud België Producties, Primo Piano Productions, Risterettofilms, Sputnik TV, Sultan Sushi, Sylvester Productions / IBS, T4 Tunes, Telesaurus, Toreador, TV De Wereld, Urbanus België, Volle Maan Producties, Written by en Xinix.

De VRT had in 2009 strategische partnerships met De Mensen, Kanakna Productions, Studio 100 en Woestijnvis.

De samenwerking met het VAF bestond in 2009 uit twee coproducties: de film en televisiereeks 'Dossier K' (Eyeworks) van Jan Verheyen en de fictiereeks 'Het goddelijke monster' (Eyeworks) van Hans Herbots.

**CONCLUSIE: De VRT blijkt deze doelstelling behaald te hebben.**

## DEEL III: CONCLUSIE & AANBEVELING

### CONCLUSIE:

De VRT heeft het overgrote deel van de performantiemaatstaven behaald.

Enkel onderdelen van performantiemaatstaven werden niet behaald, deze zijn:

- de middengolfzenders bieden ontvangst van de radio-uitzendingen tot ongeveer 300 kilometer van Brussel.
- het garanderen dat het DAB netwerk van de VRT een ontvangst met aangepaste antenne op de wagen in 99% van het volledige Vlaamse grondgebied (inclusief Brussel) verzekert;
- het garanderen dat eind 2007 het DAB netwerk van de VRT zodanig uitgebouwd zal zijn dat binnenuitontvangst in 95% van het volledige Vlaamse grondgebied (inclusief Brussel) gegarandeerd is;
- een ontvangst voor een buitenantenne op dakhoogte in het volledige Vlaamse grondgebied (inclusief Brussel) via het DVB-T netwerk van de VRT te verzorgen;
- op het vlak van tewerkstelling streeft de VRT naar meer vrouwen in het management (33%);
- de VRT zal vanaf het boekjaar 2009 zijn geconsolideerde jaarrekening rapporteren volgens het IFRS normenkader;
- De VRT zal een samenwerkingsovereenkomst sluiten met het VAF.

Ook blijken er gegevens te ontbreken of onvoldoende gegevens voor handen te zijn om aan te tonen in welke mate aan bepaalde onderdelen van performantiemaatstaven al dan niet voldaan is:

- voor Donna (sinds 5 januari 2009 MNM) is de ontvangst gegarandeerd voor 95% van het Vlaamse grondgebied.
- De VRT dient erover te waken dat de personeelskosten beheerst worden en binnen de perken van het jaarlijks door de Raad van Bestuur goedgekeurde ondernemingsplan blijven.
- De netten zijn zo geprofileerd dat zij een diversiteit brengen in hun aanbod in de verschillende openbare omroepdomeinen, zodat in elk van de openbare omroepdomeinen over de netten heen een diversiteit aan genres en disciplines wordt aangeboden. Hierbij wordt ook de nodige aandacht besteed aan Brussel.
- De VRT dient zijn aanbod op BVN te versterken

### AANBEVELING:

Op dit vlak stelt de Regulator vast dat bepaalde onderdelen van maatstaven reeds meerdere jaren niet of slechts gedeeltelijk werden behaald. De Regulator stelt dan ook voor om een permanent meetsysteem in het kader van de performantiemaatstaven verder uit te bouwen. Op deze manier kan het niet behalen van onderdelen van de performantiemaatstaven beperkt of zelfs vermeden worden.



## DEEL IV: BIJLAGEN

## Bijlage 1

## Bereik van de verschillende VRT-media op maandbasis

2009	VRT TV <sup>1</sup>	VRT Radio <sup>2</sup>	VRT televisie + radio <sup>3</sup>	VRT online <sup>4</sup> # unieke bezoekers	VRT online <sup>5</sup> # reguliere bezoekers	VRT online <sup>6</sup> % bereik Vlaamse bevolking
Januari	93,4%	81,3%	99,0%	3.636.388	2.086.958	38,6%
Februari	91,9%		98,8%	3.348.113	1.945.395	36,0%
Maart	91,7%		99,8%	3.606.671	2.089.957	38,7%
April	90,2%		98,9%	3.392.784	1.988.657	36,8%
Mei	90,2%		99,2%	3.738.126	2.216.170	41,0%
Juni	90,2%	81,1%	98,2%	3.639.340	2.138.922	39,6%
Juli	88,6%		94,9%	3.408.660	1.959.615	36,3%
Augustus	88,8%		97,6%	3.441.265	1.927.839	35,7%
September	88,1%		98,0%	3.773.467	2.093.278	38,8%
Oktober	89,8%		98,0%	3.732.117	2.050.212	38,0%
November	90,4%		99,2%	3.860.396	2.140.053	39,6%
December	92,5%		98,1%	4.235.127	2.327.798	43,1%

<sup>1</sup> Norm : minstens 15' consecutief gekeken op maandbasis.

<sup>2</sup> Er zijn 2 CIM-golven per jaar : golf 18 (veldwerk 10 januari – 16 mei 2009, rapportering juli 2009) en golf 19 (veldwerk 16 augustus – 19 december 2009, rapportering maart 2010)

<sup>3</sup> Bron : de PPM-studie (Portable People Meter) uitgevoerd door TNS Media, in opdracht van de VRT en de VAR. Het gecombineerd bereikcijfer is het resultaat van een meting van de bereikcijfers van de VRT-televisienetten en VRT-radionetten bij een zelfde panel van respondenten (minimum 15 minuten kijken naar VRT-televisienet of luisteren naar een VRT-radionet zonder onderbreking)

<sup>4</sup> Een unieke bezoeker is gebaseerd op de registratie van een enkele Metriweb cookie over de geanalyseerde periode

<sup>5</sup> Een reguliere bezoeker is gebaseerd op de registratie van een enkele Metriweb cookie die gedurende 1 maand tenminste twee dagen verschijnt op 1 of meerdere van de gemeten sites door CIM MetriWeb.

<sup>6</sup> Volgens BMM 2009 (data van voorjaar 2009) maken 3,78 miljoen Vlamingen gebruik van het internet (= 70% van de Vlamingen 15+); tot en met april 2009 werden de cijfers van BMM 2008 de referentie, waarbij 3,4 miljoen internettende Vlamingen geteld werden (penetratie van 63%)

## Bijlage 2

**Uittreksel uit het Huishoudelijk Reglement van het Centrum voor Informatie over de Media (CIM) – artikel 3 – gedragscode**

### Art. 3 Gedragscode

#### Art. 3.1 : Currency voor de reclamemarkt.

Elk CIM lid aanvaardt de CIM bereikgegevens als Currency in zijn sector. De CIM cijfers met betrekking tot bereik en verwante mediamaten (zoals dekking, marktaandeel, contacten, GRP, OTS, rating, luisterduur, visits, ...), en de overeenkomstige socio-demografische profielen worden dan ook als referentiewaarden aanvaard voor alle door het CIM onderzochte media.

Elk CIM lid zal de CIM bereiksstudies loyaal gebruiken, met respect voor de gepubliceerde algoritmes.

#### Art. 3.2 : Respect voor CIM cijfers.

Het staat elk CIM lid vrij om, buiten het kader van het CIM, gelijk welk media onderzoek te organiseren. Elk lid zal zich even wel onthouden van acties die de geloofwaardigheid van de CIM bereikgegevens ondermijnen. Elk CIM lid aanvaardt daarom voor wat betreft bereikcijfers, verwante mediamaten (zoals dekking, marktaandeel, contacten, GRP, OTS, rating, luisterduur, visits, ...), en socio-demografische profielgegevens, de volgende publicatieregels:

##### a. Systematische en juiste referentiëring van cijfers.

Bij elk gebruik van CIM cijfers zal vermeld worden:

“Bron: CIM, het medium of de naam van de studie, de meetperiode (of de publicatiedatum indien enkel de modelisering van bestaande gegevens geactualiseerd werd):“

Vb. Bron: CIM TV studie, 1/3 – 28/3 2009.

Vb. Bron: CIM Metriprofiel, 1/9/2008 – 28/2/2009.

Vb. Bron: CIM Affichage studie, november 2008.

Bij elk gebruik van cijfers uit alternatieve studies zal vermeld worden:

“Geschat(te) “maat” op basis van “Bron, meetmethode, periode en steekproefgrootte.”

Vb. Geschat bereik op basis van Instituut X – online enquête, 5/12 – 19/12 2008, n = 1.500.

Vb. Geschatte rating op basis van Instituut Y – dagboek, februari 2009, n = 304.

Vb. Geschat profiel% op basis van intern onderzoek – face-to-face enquête, jan 2009, n = 434.

##### b. Voorrang voor CIM gegevens.

Als de laatste CIM publicatie cijfers bevat voor een individueel medium, zullen alle CIM

leden deze cijfers, en geen cijfers uit alternatief onderzoek, gebruiken in hun publicaties.

Deze algemene regel geldt niet voor:

- publicaties die enkel en alleen voor intern gebruik zijn bedoeld,
- publicaties van wetenschappelijke aard,
- publicaties voor het onderwijs,
- publicatie van aanvullende mediaparameters die niet in CIM publicaties zijn opgenomen,
- publicatie van identieke mediaparameters voor een niet gepubliceerd tijdsdeel (bij vb. zomer voor pers) of voor een uitzending van uitzonderlijke aard en die in de tijd is beperkt,
- publicatie van identieke mediaparameters voor een nieuw medium dat wordt gemeten in een CIM studie waarvan de publicatie pas twee of meer maanden later wordt verwacht,
- publicatie van mediagebruik door een specifieke doelgroep die binnen een ad hoc CIM steekproef minder dan 1.000, en in een CIM panel minder dan 500 observaties haalt, als die in de alternatieve studie significant beter wordt gemeten,
- publicaties waarbij ander (consumptie-)gedrag gefusioneerd wordt met CIM mediagegevens, volgens de procedure die door de Raad van Bestuur van 21/11/2006 werd goedgekeurd,
- elke publicatie waarvoor een voorafgaand akkoord van het CIM Bureau werd bekomen.

Niettemin zal ook in deze uitzonderlijke situaties geen publicatie van alternatieve cijfers plaatsvinden binnen een sperperiode van twee weken vóór, en twee weken na, een officiële CIM publicatie voor studies zonder dagelijkse publicatie.

Deze publicatieregels gelden voor persberichten, nieuwsbrieven, advertenties, commerciële presentaties en elk andere uiting, ongeacht haar doelgroep. De Raad van Bestuur kan op voorstel van een Technische Commissie of het Bureau van het CIM bijkomende mediums specifieke regels goedkeuren die in het reglement van een specifieke bereiksstudie worden opgenomen.

c. Respect voor vergelijkbaarheid van gegevens.

Elk CIM lid verbindt er zich toe om media enkel te vergelijken op basis van één zelfde studie, en nooit cijfers uit verschillende bronnen te mengen in één vergelijking.

De voorrang voor CIM gegevens geldt ook voor de vergelijking van individuele media. De enige uitzondering betreft situaties waarbij één of meer belangrijke individuele media niet opgenomen zijn in de CIM publicatie, of waarbij een marktspeler die geen lid is van het CIM een alternatieve studie gebruikt om zich te vergelijken met CIM leden.

### Art. 3.3 : Methodologische discussies.

Elk lid is verantwoordelijk voor de publieke commentaren van zijn medewerkers met betrekking tot de CIM studies en de CIM resultaten.

Twijfels over de correctheid van gegevens en vragen over de studiemethode worden intern binnen het CIM besproken met de Permanente Structuur en de bevoegde Technische Commissie. Elk lid kan daartoe contact opnemen met de Permanente Structuur of de Voorzitter van de bevoegde Technische Com-

missie. De Permanente Structuur zal op basis van het daarop volgend overleg antwoorden op elke vraag.

Indien een publicatie van het CIM een fout bevat, zal het CIM gecorrigeerde cijfers publiceren of, indien dat niet mogelijk is, een methodologische nota over oorsprong en impact van het probleem communiceren. Indien een lid meent dat het antwoord van de Permanente Structuur niet voldoet, kan hij zijn vragen en opmerkingen overmaken aan de Voorzitter van het CIM. Die zal in overleg met het Bureau van het CIM een antwoord formuleren of het dossier voorleggen aan de Raad van Bestuur. Een uitspraak van de Raad van Bestuur is bindend voor alle leden van het CIM.

### **Art. 3.4 : Geschillen betreffende publicatieregels**

Bij een vermeende overtreding van de publicatieregels zal de Permanente Structuur een onderzoek uitvoeren waarbij de mogelijke overtreder, en eventueel de klager, worden gehoord.

- Als de overtreder de fout erkent, kan de Permanente Structuur vragen om een correctie uit te sturen en/of zelf een correctie uitsturen en op de CIM site publiceren. Als de Permanente Structuur meent dat er geen sprake is van een fout, zal zij de klager hier in voorkomend geval van verwittigen.
- Als de vermeende overtreder of de klager het oordeel van de Permanente Structuur betwist, wordt het dossier voorgelegd aan het Bureau. Als deze een fout vaststelt, kan ze op haar beurt vragen aan de overtreder om een correctie uit te sturen en/of aan de Permanente Structuur om een correctie uit te sturen en te publiceren op de CIM site. Als deze géén fout vaststelt, zal de klager hier in voorkomend geval van worden ingelicht.
- Als de vermeende overtreder of de klager het oordeel van het Bureau betwist wordt het dossier voorgelegd aan de Raad van Bestuur. Die kan desgevraagd de vermeende overtreder en de klager horen, om dan autonoom te beslissen over een gepaste actie, sanctie of de doorverwijzing naar de Disciplinaire Kamer die geschillen met betrekking tot deontologie behandelt (Art. 3.5.).

### **Art. 3.5 : Geschillen met betrekking tot de deontologie**

De Disciplinaire Kamer (samengesteld volgens Art. 38 van de Statuten) die uitspraak doet over de geschillen die kunnen ontstaan op gebied van deontologie, kan tegen de leden de volgende sancties uitspreken:

- een waarschuwing,
- een berisping,
- de opschorting van het recht op communicatie van de door het CIM gemaakte studies,
- een voorstel tot uitsluiting van het CIM.

## Bijlage 3

Lijst van journaals en informatiemagazines op televisie<sup>78</sup>

Zender	Programma	# uitzendingen	zonder impact op performantie
EEN	10 JAAR KOPPEN	2	
CANVAS	20 JAAR VAL VAN DE MUUR	1	
EEN	2008, HET JAAR VAN DE VAL	1	
CANVAS	2009, HET JAAR VAN DE ANGST	1	
CANVAS	2009, HET JAAR VAN DE ANGST (HERH.)	1	
CANVAS	DE KEIEN VAN DE WETSTRAAT	34	
CANVAS	DE KEIEN VAN DE WETSTRAAT (HERH.)	33	
EEN	DE STEMMING	6	
EEN	DE VRIJE MARKT	37	
EEN	DE ZEVENDE DAG	37	
EEN	DE ZEVENDE DAG (HERH.)	15	
EEN	DE ZEVENDE DAG - HOOGTEPUNTEN	22	
CANVAS	EEDAFLEGGING BARACK OBAMA	1	
EEN	EUROPA 09	1	
EEN	EXTRA JOURNAAL	4	
EEN	EXTRA JOURNAAL - CLIJSTERS WINT US OPEN	2	
EEN	EXTRA JOURNAAL - CLIJSTERS WINT US OPEN (HERH.)	7	
EEN	EXTRA JOURNAAL - LANCERING SOJOEZ-RAKET	1	
EEN	EXTRA JOURNAAL - VERKIEZINGEN	3	
EEN	EXTRA JOURNAAL - VERKIEZINGEN (HERH.)	2	
CANVAS	HEILIGVERKLARING PATER DAMIAAN	1	
CANVAS	HERDENKINGSPLECHTIGHEID MICHAEL JACKSON	1	
EEN + CANVAS	HERTOGSTRAAT 6	21	
EEN	HET 1 UUR-JOURNAAL	365	
EEN	HET 6 UUR-JOURNAAL	365	
EEN	HET 7 UUR-JOURNAAL	364	
CANVAS	HET 8 UUR-JOURNAAL	150	
EEN + CANVAS	HET GROOT DEBAT	2	
EEN	HET GROOT DEBAT (HERH.)	1	
EEN	HET JOURNAAL LAAT	363	
EEN	HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	6	
EEN	LOOP 0:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	363	
EEN	LOOP 1:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	358	
EEN	LOOP 2:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	355	1
EEN	LOOP 3:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	354	12
EEN	LOOP 4:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	353	7
EEN	LOOP 5:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	353	15
EEN	LOOP 6:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	347	25
EEN	LOOP 7:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	329	31
EEN	LOOP 8:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	309	30
EEN	LOOP 9:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	301	21
EEN	LOOP 10:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	294	10

<sup>7</sup> Geen impact op de performantie indien niet minstens 25 % van de uitzending gekeken, lineair of op aanvraag (binnen 7 dagen geraadpleegd).

<sup>8</sup> Villa Politica werd drie maal uitzonderlijk uitgezonden op Canvas.

Zender	Programma	# uitzendingen	zonder impact op performantie
EEN	LOOP 11:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	286	7
EEN	LOOP 12:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	284	3
EEN	LOOP 13:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	282	
EEN	LOOP 14:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	277	
EEN	LOOP 15:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	272	
EEN	LOOP 16:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	262	
EEN	LOOP 17:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	218	
EEN	LOOP 18:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	155	
EEN	LOOP 19:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	99	
EEN	LOOP 20:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	41	
EEN	LOOP 21:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	17	
EEN	LOOP 22:HET JOURNAAL LAAT (HERH.)	6	
CANVAS	KARREWET	239	
CANVAS	KARREWET (HERH.)	448	
EEN	KERSTTOESPRAAK KONING	1	
EEN + CANVAS	KERSTTOESPRAAK KONING (HERH.)	2	
EEN	KOPPEN	36	
EEN	KOPPEN XL	61	
CANVAS	KOPSTUKKENDEBAT	1	
EEN	LAST POST IEPER	1	
CANVAS	NATIONAAL DEFILE	1	
CANVAS	PANORAMA	49	
CANVAS	PANORAMA (HERH.)	49	
EEN	PERSCONFERENTIE KIM CLIJSTERS	1	
CANVAS	PHARA	88	
CANVAS	TER ZAKE	224	
CANVAS	TER ZAKE (HERH.)	30	3
CANVAS	TER ZAKE 09	15	
CANVAS	TER ZAKE EXTRA	1	
CANVAS	TER ZAKE EXTRA (HERH.)	1	
CANVAS	TER ZAKE ZOMER	32	
EEN + CANVAS	THE TIME IS NOW	28	
EEN	TOESPRAAK KONING	1	
CANVAS	TOESPRAAK KONING (HERH.)	2	
EEN + CANVAS	VILLA POLITICA	92	
EEN	VILLA POLITICA (HERH.)	5	
EEN	VLAANDEREN 09	1	
CANVAS	VRANCKX	48	

**Bijlage 4**

**Jaaroverzicht gemiddeld dagbereik (% t.o.v. totaal aantal VRT-televisiekijkers) van journaals en informatiemagazines VRT**

2009	VRT - TV	VRT - Nieuws	%
1 januari	3.338.780	2.098.949	62,9
2 januari	3.004.658	2.050.717	68,3
3 januari	3.103.434	1.989.456	64,1
4 januari	3.523.363	2.294.265	65,1
5 januari	3.380.094	2.426.975	71,8
6 januari	3.159.661	2.526.939	80,0
7 januari	3.131.312	2.471.253	78,9
8 januari	3.218.698	2.590.757	80,5
9 januari	2.936.780	2.144.621	73,0
10 januari	2.986.493	2.156.758	72,2
11 januari	3.395.409	2.220.142	65,4
12 januari	3.249.613	2.282.306	70,2
13 januari	3.263.914	2.411.286	73,9
14 januari	3.067.245	2.279.322	74,3
15 januari	3.171.548	2.588.606	81,6
16 januari	2.845.573	2.071.375	72,8
17 januari	2.973.041	1.971.125	66,3
18 januari	3.454.413	2.184.164	63,2
19 januari	3.171.120	2.095.977	66,1
20 januari	3.238.006	2.658.145	82,1

21 januari	3.059.262	2.474.880	80,9
22 januari	3.255.753	2.597.708	79,8
23 januari	2.974.802	2.285.220	76,8
24 januari	3.022.855	2.313.504	76,5
25 januari	3.441.033	2.332.603	67,8
26 januari	3.193.364	2.226.096	71,0
27 januari	3.077.469	2.547.126	82,8
28 januari	3.256.252	2.640.032	81,1
29 januari	3.262.045	2.664.704	81,7
30 januari	2.738.235	2.065.549	75,4
31 januari	3.024.447	2.069.743	68,4
1 februari	3.605.966	2.293.074	63,6
2 februari	3.172.197	2.222.037	70,0
3 februari	3.099.156	2.450.361	79,1
4 februari	3.254.575	2.391.553	73,5
5 februari	3.436.789	2.811.103	81,8
6 februari	2.778.035	2.057.048	74,0
7 februari	2.925.448	2.013.454	68,8
8 februari	3.391.918	2.178.465	64,2
9 februari	3.091.139	2.122.518	68,7
10 februari	3.004.363	2.570.910	85,6
11 februari	3.023.528	2.305.305	76,2
12 februari	3.235.514	2.557.483	79,0
13 februari	2.800.287	2.093.762	74,8
14 februari	2.740.117	1.777.350	64,9



15 februari	3.460.159	2.192.894	63,4
16 februari	3.092.977	2.124.773	68,7
17 februari	2.956.298	2.372.457	80,3
18 februari	2.768.917	2.318.529	83,7
19 februari	2.903.206	2.455.306	84,6
20 februari	2.789.211	1.970.004	70,6
21 februari	2.893.806	1.786.322	61,7
22 februari	3.393.047	2.262.310	66,7
23 februari	2.909.778	2.109.387	72,5
24 februari	2.843.286	2.293.415	80,7
25 februari	2.871.436	2.430.087	84,6
26 februari	2.801.302	2.319.519	82,8
27 februari	2.770.254	1.805.402	65,2
28 februari	2.943.656	1.874.135	63,7
1 maart	3.186.256	2.003.731	62,9
2 maart	2.757.791	1.992.695	72,3
3 maart	2.897.646	2.319.073	80,0
4 maart	2.908.289	2.216.683	76,2
5 maart	2.684.942	2.297.049	85,6
6 maart	2.829.997	1.972.013	69,7
7 maart	2.751.740	1.843.982	67,0
8 maart	3.295.834	2.199.889	66,7
9 maart	2.869.387	2.114.555	73,7
10 maart	2.691.659	2.182.944	81,1
11 maart	2.693.481	2.234.716	83,0

12 maart	2.742.332	2.297.601	83,8
13 maart	2.810.657	1.948.053	69,3
14 maart	2.791.791	1.807.876	64,8
15 maart	3.231.504	1.902.043	58,9
16 maart	2.845.860	2.015.256	70,8
17 maart	2.591.446	2.073.148	80,0
18 maart	2.571.651	2.052.007	79,8
19 maart	2.544.357	2.113.729	83,1
20 maart	2.555.256	1.911.949	74,8
21 maart	2.796.470	1.772.036	63,4
22 maart	3.175.581	2.017.836	63,5
23 maart	2.874.336	2.078.640	72,3
24 maart	2.588.496	2.136.680	82,5
25 maart	2.730.735	1.845.020	67,6
26 maart	2.706.621	2.345.605	86,7
27 maart	2.461.716	1.873.242	76,1
28 maart	2.882.788	1.856.822	64,4
29 maart	3.041.254	1.886.433	62,0
30 maart	2.710.878	1.965.094	72,5
31 maart	2.582.005	1.972.300	76,4
1 april	2.827.690	1.739.591	61,5
2 april	2.580.429	2.118.219	82,1
3 april	2.380.175	1.691.400	71,1
4 april	2.578.348	1.737.007	67,4
5 april	3.040.748	1.676.564	55,1

6 april	2.561.646	1.798.158	70,2
7 april	2.573.290	1.972.030	76,6
8 april	2.696.927	1.905.277	70,6
9 april	2.458.535	2.020.473	82,2
10 april	2.451.603	1.586.608	64,7
11 april	2.534.783	1.590.730	62,8
12 april	2.929.785	1.771.791	60,5
13 april	2.487.916	1.702.060	68,4
14 april	2.418.843	1.836.375	75,9
15 april	2.618.829	1.765.329	67,4
16 april	2.761.145	2.100.891	76,1
17 april	2.702.753	1.913.096	70,8
18 april	2.561.000	1.669.475	65,2
19 april	2.981.320	1.778.828	59,7
20 april	2.494.058	1.787.473	71,7
21 april	2.602.936	1.861.396	71,5
22 april	2.817.153	1.765.167	62,7
23 april	2.486.724	1.967.788	79,1
24 april	2.454.355	1.827.366	74,5
25 april	2.502.504	1.621.243	64,8
26 april	2.914.186	1.839.479	63,1
27 april	2.621.961	1.895.945	72,3
28 april	2.418.940	1.995.276	82,5
29 april	2.498.315	1.637.588	65,5
30 april	2.346.823	2.120.412	90,4

1 mei	2.404.415	1.684.991	70,1
2 mei	2.479.554	1.635.086	65,9
3 mei	2.664.407	1.695.285	63,6
4 mei	2.583.434	1.786.557	69,2
5 mei	2.588.503	2.028.994	78,4
6 mei	2.530.098	1.723.849	68,1
7 mei	2.422.647	1.868.563	77,1
8 mei	2.437.854	1.626.968	66,7
9 mei	2.441.103	1.587.206	65,0
10 mei	2.580.724	1.659.303	64,3
11 mei	2.561.949	1.852.805	72,3
12 mei	2.788.912	1.911.481	68,5
13 mei	2.546.907	1.684.140	66,1
14 mei	2.588.996	1.969.933	76,1
15 mei	2.456.503	1.677.892	68,3
16 mei	2.839.670	1.748.924	61,6
17 mei	2.843.789	2.085.426	73,3
18 mei	2.607.447	1.995.808	76,5
19 mei	2.386.907	1.869.112	78,3
20 mei	2.314.468	1.485.702	64,2
21 mei	2.404.864	1.908.610	79,4
22 mei	2.338.714	1.495.860	64,0
23 mei	2.479.883	1.491.130	60,1
24 mei	2.522.085	1.932.024	76,6
25 mei	2.574.135	1.838.448	71,4

26 mei	2.514.758	2.119.486	84,3
27 mei	2.589.367	2.027.262	78,3
28 mei	2.430.881	1.993.974	82,0
29 mei	2.360.580	1.662.999	70,4
30 mei	1.966.918	1.295.789	65,9
31 mei	2.138.754	1.532.166	71,6
1 juni	2.510.978	1.895.302	75,5
2 juni	2.388.435	1.999.988	83,7
3 juni	2.407.379	1.874.006	77,8
4 juni	2.496.553	2.030.720	81,3
5 juni	2.260.165	1.780.927	78,8
6 juni	2.477.396	1.875.181	75,7
7 juni	2.908.886	2.680.928	92,2
8 juni	2.585.541	1.889.657	73,1
9 juni	2.655.433	1.995.649	75,2
10 juni	2.548.113	1.788.883	70,2
11 juni	2.617.371	2.005.289	76,6
12 juni	2.109.382	1.510.999	71,6
13 juni	2.035.998	1.114.544	54,7
14 juni	2.596.061	1.754.120	67,6
15 juni	2.470.004	1.590.546	64,4
16 juni	2.457.436	1.749.230	71,2
17 juni	2.355.682	1.511.383	64,2
18 juni	2.413.035	1.794.095	74,4
19 juni	2.223.328	1.649.332	74,2

20 juni	2.290.712	1.458.944	63,7
21 juni	2.484.374	1.658.910	66,8
22 juni	2.489.201	1.726.437	69,4
23 juni	2.503.105	1.891.802	75,6
24 juni	2.335.572	1.476.972	63,2
25 juni	2.461.965	1.959.489	79,6
26 juni	2.258.134	1.747.985	77,4
27 juni	1.960.869	1.267.269	64,6
28 juni	2.126.970	1.418.180	66,7
29 juni	2.400.713	1.548.920	64,5
30 juni	2.253.117	1.685.686	74,8
1 juli	2.135.522	1.462.100	68,5
2 juli	2.320.147	1.635.181	70,5
3 juli	2.229.810	1.681.769	75,4
4 juli	2.036.597	1.299.750	63,8
5 juli	2.480.823	1.576.404	63,5
6 juli	2.707.592	1.671.871	61,7
7 juli	2.657.927	2.022.492	76,1
8 juli	2.792.610	1.734.353	62,1
9 juli	2.760.027	2.060.707	74,7
10 juli	2.554.781	1.640.001	64,2
11 juli	2.534.393	1.692.312	66,8
12 juli	2.617.867	1.773.193	67,7
13 juli	2.389.585	1.646.977	68,9
14 juli	2.542.122	1.707.190	67,2

15 juli	2.488.904	1.558.273	62,6
16 juli	2.496.215	1.866.024	74,8
17 juli	2.527.816	1.598.288	63,2
18 juli	2.288.753	1.471.530	64,3
19 juli	2.458.308	1.566.770	63,7
20 juli	2.307.824	1.524.795	66,1
21 juli	2.699.498	2.036.806	75,5
22 juli	2.622.017	1.771.740	67,6
23 juli	2.600.620	2.035.991	78,3
24 juli	2.508.875	1.739.743	69,3
25 juli	2.386.078	1.464.883	61,4
26 juli	2.316.552	1.656.226	71,5
27 juli	2.451.705	1.663.779	67,9
28 juli	2.273.847	1.840.898	81,0
29 juli	2.319.144	1.652.633	71,3
30 juli	2.410.997	1.930.970	80,1
31 juli	2.374.366	1.579.304	66,5
1 augustus	2.039.548	1.442.624	70,7
2 augustus	2.445.525	1.641.200	67,1
3 augustus	2.295.209	1.504.779	65,6
4 augustus	2.291.177	1.796.712	78,4
5 augustus	2.268.305	1.548.330	68,3
6 augustus	2.201.872	1.687.662	76,6
7 augustus	2.335.327	1.540.123	65,9
8 augustus	2.041.062	1.338.902	65,6

9 augustus	2.206.732	1.468.468	66,5
10 augustus	2.497.329	1.631.264	65,3
11 augustus	2.510.491	1.939.236	77,2
12 augustus	2.483.560	1.785.334	71,9
13 augustus	2.564.920	1.803.267	70,3
14 augustus	2.226.994	1.472.755	66,1
15 augustus	1.938.148	1.239.583	64,0
16 augustus	2.186.403	1.337.471	61,2
17 augustus	2.542.253	1.701.781	66,9
18 augustus	2.251.550	1.728.524	76,8
19 augustus	2.310.122	1.610.217	69,7
20 augustus	2.609.486	1.978.975	75,8
21 augustus	2.299.073	1.547.753	67,3
22 augustus	2.155.154	1.375.280	63,8
23 augustus	2.092.399	1.387.560	66,3
24 augustus	2.649.454	1.815.993	68,5
25 augustus	2.508.265	1.895.956	75,6
26 augustus	2.346.168	1.571.369	67,0
27 augustus	2.265.128	1.778.539	78,5
28 augustus	2.527.609	1.528.445	60,5
29 augustus	2.149.202	1.545.542	70,5
30 augustus	2.456.133	1.679.162	68,4
31 augustus	2.701.371	1.764.139	65,3
1 september	2.659.393	2.103.025	79,1
2 september	2.585.723	1.702.473	65,8



3 september	2.644.007	2.067.607	78,2
4 september	2.562.958	1.699.272	66,3
5 september	2.330.666	1.599.758	68,6
6 september	2.605.595	1.741.406	66,8
7 september	2.469.813	1.826.397	73,9
8 september	2.388.531	1.908.111	79,9
9 september	2.566.921	1.812.572	70,6
10 september	2.604.639	1.994.327	76,6
11 september	2.493.646	1.791.077	71,8
12 september	2.456.863	1.596.543	65,0
13 september	2.854.318	1.982.021	69,4
14 september	2.650.678	2.042.374	77,1
15 september	2.514.824	2.034.025	80,9
16 september	2.416.091	1.720.346	71,2
17 september	2.640.226	1.976.613	74,9
18 september	2.442.377	1.675.747	68,6
19 september	2.319.755	1.555.317	67,0
20 september	2.646.598	1.709.069	64,6
21 september	2.502.111	1.785.471	71,4
22 september	2.372.231	1.992.249	84,0
23 september	2.647.336	1.924.109	72,7
24 september	2.584.458	2.027.564	78,5
25 september	2.424.514	1.760.451	72,6
26 september	2.446.592	1.595.635	65,2
27 september	2.826.951	1.708.997	60,5

28 september	2.567.671	1.971.889	76,8
29 september	2.458.944	1.915.828	77,9
30 september	2.664.517	1.808.057	67,9
1 oktober	2.821.638	2.207.386	78,2
2 oktober	2.465.012	1.706.921	69,2
3 oktober	2.381.222	1.715.220	72,0
4 oktober	3.019.144	1.791.082	59,3
5 oktober	2.680.370	2.046.846	76,4
6 oktober	2.382.583	2.006.350	84,2
7 oktober	2.571.369	1.776.626	69,1
8 oktober	2.448.040	1.865.301	76,2
9 oktober	2.447.893	1.823.550	74,5
10 oktober	2.565.849	1.755.336	68,4
11 oktober	3.064.668	2.078.250	67,8
12 oktober	2.457.941	1.957.630	79,6
13 oktober	2.508.773	2.121.802	84,6
14 oktober	2.431.646	1.825.893	75,1
15 oktober	2.573.612	2.090.860	81,2
16 oktober	2.582.795	1.857.250	71,9
17 oktober	2.500.957	1.829.674	73,2
18 oktober	3.133.793	1.885.410	60,2
19 oktober	2.592.182	1.888.420	72,9
20 oktober	2.453.406	2.004.158	81,7
21 oktober	2.588.345	1.785.826	69,0
22 oktober	2.626.186	2.064.239	78,6

23 oktober	2.536.638	1.832.251	72,2
24 oktober	2.512.625	1.763.958	70,2
25 oktober	3.231.636	2.069.522	64,0
26 oktober	2.583.695	2.002.400	77,5
27 oktober	2.613.882	2.123.920	81,3
28 oktober	2.605.811	1.933.794	74,2
29 oktober	2.590.401	2.156.833	83,3
30 oktober	2.462.314	1.878.452	76,3
31 oktober	2.535.099	1.919.898	75,7
1 november	2.852.114	1.771.175	62,1
2 november	2.548.717	1.852.905	72,7
3 november	2.555.874	2.099.131	82,1
4 november	2.690.636	1.861.109	69,2
5 november	2.675.946	2.000.533	74,8
6 november	2.675.462	1.897.571	70,9
7 november	2.581.401	1.777.345	68,9
8 november	3.147.774	1.906.525	60,6
9 november	2.643.476	2.139.036	80,9
10 november	2.670.167	2.295.488	86,0
11 november	2.992.465	2.052.702	68,6
12 november	2.675.647	2.268.699	84,8
13 november	2.590.580	1.968.839	76,0
14 november	2.732.883	1.885.832	69,0
15 november	3.318.262	2.086.054	62,9
16 november	2.587.895	2.058.786	79,6

17 november	2.593.523	2.178.352	84,0
18 november	2.639.126	1.891.592	71,7
19 november	2.708.817	2.390.683	88,3
20 november	2.754.853	2.032.253	73,8
21 november	2.878.743	2.203.188	76,5
22 november	3.169.649	2.071.429	65,4
23 november	2.676.201	2.005.005	74,9
24 november	2.711.195	2.151.327	79,3
25 november	2.881.772	2.073.262	71,9
26 november	2.789.872	2.333.167	83,6
27 november	2.706.180	2.091.060	77,3
28 november	2.680.709	1.834.565	68,4
29 november	3.266.283	2.108.418	64,6
30 november	2.810.606	2.079.352	74,0
1 december	2.792.292	2.333.175	83,6
2 december	2.843.748	2.092.183	73,6
3 december	2.653.852	2.264.062	85,3
4 december	2.595.636	1.911.256	73,6
5 december	2.591.419	1.889.457	72,9
6 december	3.451.097	2.029.019	58,8
7 december	2.905.725	2.007.729	69,1
8 december	2.833.363	2.258.837	79,7
9 december	2.896.759	2.145.695	74,1
10 december	2.836.509	2.397.282	84,5
11 december	2.605.165	1.932.913	74,2

12 december	2.636.877	2.011.285	76,3
13 december	3.297.990	1.904.380	57,7
14 december	2.932.453	2.141.161	73,0
15 december	2.968.669	2.359.958	79,5
16 december	2.919.229	2.037.710	69,8
17 december	3.000.448	2.476.587	82,5
18 december	2.959.477	2.135.526	72,2
19 december	2.883.670	1.985.457	68,9
20 december	3.301.710	2.267.059	68,7
21 december	3.091.377	2.178.213	70,5
22 december	3.014.412	2.392.800	79,4
23 december	3.058.943	2.014.242	65,8
24 december	2.431.643	1.483.833	61,0
25 december	2.745.407	1.787.102	65,1
26 december	3.154.546	2.106.742	66,8
27 december	3.336.585	1.984.731	59,5
28 december	3.092.665	2.128.218	68,8
29 december	3.169.281	2.415.102	76,2
30 december	3.072.539	2.241.190	72,9
31 december	2.472.683	1.463.440	59,2
<b>Gemiddelde 2009</b>	<b>2.677.291</b>	<b>1.925.020</b>	<b>71,9</b>

## Bijlage 5

### Lijst van programma's in het kader van het gevarieerd gamma cultuuruitingen via spoor 2 op televisie <sup>9</sup>

zender	programma	# uitzendingen	zonder impact op performantie
EEN	12 ANGRY MEN	1	
Canvas	25TH HOUR	1	
Canvas	4 MONTHS, 3 WEEKS AND 2 DAYS	1	
EEN	A KING IN NEW YORK	1	
EEN	A SHOT IN THE DARK	1	
EEN	A STAR IS BORN	1	
Canvas	ABOUT SCHMIDT	1	
Canvas	ALEX AGNEW, KA-BOOM!	1	
Canvas	ALIBABA	1	
Canvas	AMAZING GRACE, JEFF BUCKLEY	1	
Canvas	ARES EN IRENE, AUGUST VERBESSELT	1	
Canvas	ATAME!	1	
Canvas	BABOUSSIA	1	
Canvas	BAMAHO, HET HOF	1	
EEN	BART PEETERS, DE HEMEL IN HET KLAD	1	
Canvas	BARTON FINK	1	
Canvas	BASHING	1	
EEN	BECKET	1	
Canvas	BELLE DE JOUR	1	
Canvas	BELPOP - DAAN STUYVEN	6	
EEN	BEN X	1	
Canvas	BILLY GOT HUNGRY	1	
Canvas	BLAZEN TOT HONDERD	1	
Canvas	BLINKER	4	
Canvas	BLINKER EN HET BAGBAG-JUWEEL	3	
Canvas	BRUCE SPRINGSTEEN & THE E-STREET BAND	1	
EEN	BRYLCREAM BOULEVARD	1	
Canvas	BUDDHA COLLAPSED OUT OF SHAME	1	
Canvas	BULLETS OVER BROADWAY	1	
Canvas	CACHE	1	
Canvas	CANVAS BOOK DELIVERY	7	alle uitzendingen
Canvas	CHAPLIN	1	
EEN	CHINA VOOR BEGINNERS (1/10)	10	
Canvas	CHRISTIAN DIOR, THE MAN BEHIND THE MYTH	1	
Canvas	CIDADE DE DEUS	1	
Canvas	CINDERELLA	3	
Canvas	CIRQUE DU SOLEIL	2	
EEN	CITIZEN KANE	1	
Canvas	CLASSIC ALBUMS - ELVIS PRESLEY	15	
EEN	CLOUSEAU CRESCENDO	1	
EEN	CLOUSEAU MET NATALIA LIVE	1	
EEN	CLOUSEAU PARTY CONCERT	1	
Canvas	COBRA TV	1	
Canvas	COMEDY CASINO	23	

<sup>9</sup> Programma's < 15 minuten hebben geen impact op de performantie.

zender	programma	# uitzendingen	zonder impact op performantie
Canvas	COMEDY CASINO CUP	12	
Canvas	COMEDY CASINO FESTIVAL	1	
Canvas	COMEDY SPECIAL	8	
Canvas	CONCERT MENDELSON IN HET PALEIS VOOR SCHONE KUSTEN	1	
Canvas	CONCERT MOZART	1	
Canvas	COOKING IN THE DANGER ZONE	5	
Canvas	CRACKING THE MAYA CODE	1	
Canvas	CRASH	1	
Canvas	CRONICAS	1	
Canvas	CULTUURPRIJZEN VLAANDEREN - DE LAUREATEN (HERH.)	1	
Canvas	DAS LEBEN DER ANDEREN	1	
Canvas	DAS LIED VON DER ERDE	1	
Canvas	DAS REICHSORCHESTER	1	
Canvas	DE BATTRE MON COEUR S'EST ARRETE	1	
EEN	DE BENDE VAN WIM	12	
EEN	DE BOSSEN VAN VLAANDEREN (1/6)	6	
Canvas	DE GOUDEN UIL	5	alle uitzendingen
EEN	DE KOLLEGA'S MAKEN DE BRUG!	1	
Canvas	DE KONINKLIJKE MUZIEKKAPEL VAN DE GIDSEN	1	
Canvas	DE MELANCHOLIE DER POLYFONISTEN VOLGENS PAUL VAN NEVEL	1	
EEN	DE RODE LOPER	2	
Canvas	DE SCHADUW VAN HET KRUIS - DE STRIJD OM JERUSALEM	11	
EEN	DE SMAAK VAN DE KEYSER	6	
Canvas	DE STRIP HERTEKEND	1	
EEN	DE TWEELING	1	
Canvas	DE VEELVRAAT HUGO CLAUS	1	
EEN	DE ZAAK ALZHEIMER	3	
Canvas	DELICATESSEN	1	
Canvas	DEPECHE MODE	1	
Canvas	DIE LUSTIGE WITWE	1	
Canvas	DOCU. MADAGASCAR	3	
Canvas	DO-RE-MIX	31	
Canvas	EAST OF EDEN	1	
Canvas	EINDEJAARSconcert	1	
Canvas	ELEPHANT	1	
EEN	EMMA	4	
EEN	EMMA (HERH.)	1	
Canvas	ERIK OF HET KLEIN INSECTENBOEK	1	
Canvas	ERMO	1	
Canvas	ERZEBET	1	
Canvas	ETERNAL SUNSHINE OF THE SPOTLESS MIND	1	
EEN	EUROVISIE SONGFESTIVAL	1	
EEN	EUROVISIE SONGFESTIVAL - HALVE FINALE	2	
Canvas	FACTOTUM	1	

zender	programma	# uitzendingen	zonder impact op performantie
Canvas	FAHRENHEIT 9/11	1	
Canvas	FEMME FATALE	1	
Canvas	FESTEN	1	
Canvas	FESTIVAL VAN VLAANDEREN - MECHELEN (HERH.)	1	
EEN	FIDDLER ON THE ROOF	1	
EEN	FINDING NEVERLAND	1	
Canvas	FOUNDLING HOSPITAL ANTHEM	1	
Canvas	FREDERIC CHOPIN	1	
EEN	FREE SOUFFRIAUX ZINGT ANN CHRISTY EEN BEETJE ANNERS	4	
Canvas	FRITZ WUNDERLICH, LEVEN EN LEGENDE	1	
Canvas	GEDICHTENDAG	6	alle uitzendingen
EEN	GEERT HOSTE & HET JAAR VAN DE BUFFEL	7	
EEN	GEERT HOSTE BESLIST	1	
EEN	GEERT HOSTE REGEERT	2	
Canvas	GEGEN DIE WAND	1	
EEN	GENTSE WATERZOOI	21	
Canvas	GETTING HOME	1	
Canvas	GIRL WITH A PEARL EARRING	1	
Canvas	GOOD BYE, LENIN!	1	
Canvas	GOODFELLAS	1	
Canvas	GOUDVIS	8	
Canvas	GOUDVIS (HERH.)	6	
Canvas	GUSTAV MAHLER, SYMFONIE NR.4	1	
Canvas	HEAVEN'S DOORS	1	
EEN	HECTOR	1	
Canvas	HELSINSKI	1	
EEN	HET BESTE UIT PETER LIVE	1	
EEN	HET BOURGONDISCH COMLOT	9	
Canvas	HET GROOT DICTEE DER NEDERLANDSE TAAL	1	
Canvas	HET RODE KORENVELD	1	
Canvas	HET VLAAMS RADIO KOOR SPEELT HANDEL	2	
Canvas	HET VLAAMS RADIO ORKEST SPEELT PROKOFIEV	1	
Canvas	HOGHE BOMEN	3	
Canvas	HOUSE OF FLYING DAGGERS	1	
Canvas	IETS MET BOEKEN	8	
Canvas	IETS MET BOEKEN (HERH.)	16	
Canvas	INDIA VOOR BEGINNERS	11	
Canvas	INSIDE DEEP THROAT	1	
EEN	INSOMNIA	1	
EEN	IT'S A WONDERFUL LIFE	1	
EEN	IT'S LOVE I'M AFTER	1	
Canvas	JACK DEE LIVE AT THE APOLLO	8	
EEN	JAMES MARTIN'S CHAMPAGNE	5	
EEN	JAWS	1	
Canvas	JAZZ MIDDELHEIM	1	



zender	programma	# uitzendingen	zonder impact op performantie
Canvas	JOHANNES BRAHMS, KLARINETSONATE IN F OPUS 120	1	
Canvas	JOSEPH SCHMIDT, GESCHIEDENIS VAN EEN KORT LEVEN	1	
Canvas	JOURNEYS FROM THE CENTRE OF THE EARTH	4	
Canvas	JUANA LA LOCA	1	
Canvas	JULES ET JIM	1	
Canvas	JULIE DEAR	1	
EEN	JUNIOR EUROSONG	4	
Canvas	JUNIOR EUROSONG (FRAGMENT)	69	68
Canvas	JUNIOR EUROSONG (HERH.)	3	
EEN	JUNIOR EUROVISIE SONGFESTIVAL	1	
Canvas	JUNIOR EUROVISIE SONGFESTIVAL (HERH.)	2	
EEN	KATARAKT	13	
EEN	KERSTCONCERT VANUIT HET PALEIS	1	
EEN	KERSTCONCERT VANUIT HET PALEIS (HERH.)	1	
Canvas	KETNETPOP	27	24
EEN	KEY LARGO	1	
Canvas	KHADAK	1	
Canvas	KONINGIN ELISABETH WEDSTRIJD	5	
Canvas	KONINGIN ELISABETH WEDSTRIJD (S.)	3	
Canvas	KORTFILM NR.1	1	
Canvas	LA CITE DES ENFANTS PERDUS	1	
Canvas	LA MOME	1	
Canvas	LANTANA	1	
Canvas	L'APPARTEMENT	1	
Canvas	LATER... WITH JOOLS HOLLAND	9	
Canvas	L'AUBERGE ESPAGNOLE	1	
Canvas	LE DERNIER METRO	1	
Canvas	L'EMPIRE DES SENS	1	
EEN	LES PARAPLUIES DE CHERBOURG	1	
EEN	LIMELIGHT	1	
Canvas	LISTA DE ESPERA	1	
Canvas	LITTLE EINSTEINS	161	
Canvas	LIVE AT THE APOLLO	5	
Canvas	LIVE FROM ABBEY ROAD	9	
Canvas	LOMAX, THE SONGHUNTER	1	
EEN	LOS ZAND	13	
Canvas	LUX	27	
Canvas	LUX (HERH.)	26	
Canvas	MACHUCA	1	
Canvas	MARINUS DE JONG	1	
EEN	MARTY	1	
EEN	MATRIMONIO ALL'ITALIANA	1	
Canvas	MEDUZOT	1	
Canvas	MEESTERWERKEN - JAN VAN EYCK, DE ANNUNCIATIE	1	

zender	programma	# uitzendingen	zonder impact op performantie
Canvas	MESSIAH.	1	alle uitzendingen
Canvas	MIDNIGHT CONCERT, LEONARD COHEN	1	
Canvas	MISSY MILA	75	
EEN	MODERN TIMES	1	
EEN	MONSIEUR VERDOUX	1	
Canvas	MONTY PYTHON AND THE HOLY GRAIL	1	
Canvas	MONTY PYTHON, ALMOST THE TRUTH - THE LAWYER'S CUT	1	
Canvas	MOUNTAIN	2	
EEN	MUSIC INDUSTRY AWARDS	1	
Canvas	NAKED	1	
EEN	NEKKANACHT	1	
EEN	NIEUWJAARSCONCERT	3	
EEN	NIGHT OF THE PROMS	2	
EEN	NIGHT OF THE PROMS (HERH.)	2	
EEN	NOTRE-DAME DE PARIS	1	
Canvas	OASIS IN CONCERT	1	
EEN	OLIVER TWIST	1	
EEN	ORCHESTRA PHILHARMONIC VAN WENEN IN SHANGHAI	1	
EEN	OUD BELGIE	1	
Canvas	PAGANINI'S DAEMON, A MOST ENDURING LEGEND	1	
Canvas	PALEISCONCERT	1	
EEN	PAULINE & PAULETTE	1	
EEN	PETER LIVE	12	
EEN	PIRATES OF THE CARIBBEAN	1	
Canvas	PLANKENKOORTS	1	
Canvas	PLAT PREFERE	13	
Canvas	PLAT PREFERE (HERH.)	9	
Canvas	PLUK VAN DE PETTEFLET	1	
Canvas	POP POLL DE LUXE	1	
Canvas	POP POLL DE LUXE (HERH.)	1	
Canvas	POST SCRIPTUM	1	
Canvas	PRELUDIUMCONCERT (HERH.)	1	
Canvas	QUATUOR EBENE	2	
Canvas	RADIO 1 SESSIES	5	
Canvas	RAMEAU RETROUVE	1	
Canvas	RECITAL, SCHUBERT LIEDER	1	
Canvas	REMEMBER MARVIN GAYE	1	
EEN	RHODES ACROSS INDIA	10	
EEN	RICK STEIN IN FRANKRIJK	10	
EEN	RICK STEIN'S MEDITERRANEAN ESCAPES	6	
Canvas	RIOT AT THE RITE	1	
Canvas	ROBERT SCHUMANN, FANTASIE OP.17	1	
Canvas	ROCK WERCHTER	2	
Canvas	ROCK WERCHTER (HERH.)	1	

zender	programma	# uitzendingen	zonder impact op performantie
Canvas	SAMSON ET DALILA	1	
EEN	SCHINDLER'S LIST	1	
Canvas	SCHULTZE GETS THE BLUES	1	
Canvas	SECRETARY	1	
Canvas	SHATTERED GLASS	1	
Canvas	SI LE VENT SOULEVE LES SABLES	1	
Canvas	SLAAPWEL FRANK	3	
Canvas	SOUS LES BOMBES	1	
Canvas	SPRAAKMAKERS	7	
Canvas	SPRAAKMAKERS (HERH.)	12	
Canvas + één (1 aflevering)	SPROOKJES	65	62
Canvas	SPROOKJESBOOM	301	alle uitzendingen
EEN	STAN VAN SAMANG IN CONCERT	1	
Canvas	STRADA	6	
Canvas	STRADA (HERH.)	1	
EEN	SUMMERNIGHT CONCERT SCHONBRUNN	1	
Canvas	SUSKE EN WISKE, DE DUISTERE DIAMANT	2	
EEN	SUSPECT	1	
Canvas	SWEET SIXTEEN	1	
Canvas	SYMFOLLIES	74	alle uitzendingen
Canvas	TACONES LEJANOS	1	
Canvas	TAKVA	1	
EEN	TARZAN AND HIS MATE	1	
Canvas	TEMPO OF A RESTLESS SOUL	1	
Canvas	THANK YOU FOR SMOKING	1	
Canvas	THE ADVENTURES OF PRISCILLA, QUEEN OF THE DESERT	1	
EEN	THE APARTMENT	1	
Canvas	THE BOW	1	
EEN	THE CHILDREN'S HOUR	1	
Canvas	THE CONSTANT GARDENER	2	
EEN	THE COOLER	1	
EEN	THE GREAT DICTATOR	1	
Canvas	THE HOURS	1	
EEN	THE KID	1	
EEN	THE LADYKILLERS.	1	
EEN	THE LAVENDER HILL MOB	1	
Canvas	THE MAGDALENE SISTERS	1	
EEN	THE MAGIC BOX	1	
EEN	THE MUSEUM	10	
Canvas	THE PINK PANTHER	1	
Canvas	THE PRIVATE LIFE OF A MASTERPIECE	3	
Canvas	THE QUEEN	1	
Canvas	THE QUIET AMERICAN	1	
EEN	THE RED VIOLIN	1	

zender	programma	# uitzendingen	zonder impact op performantie
Canvas	THE SIXTEEN	1	
EEN	THE TALENTED MR. RIPLEY	1	
Canvas	THE THREE BURIALS OF MELQUIADES ESTRADA	1	
Canvas	THE WIND THAT SHAKES THE BARLEY	1	
Canvas	THREE SEASONS	1	
Canvas	TOKAIDO, DE WEG VAN TOKYO NAAR KYOTO	11	
Canvas	TOOTS THIELEMANS, L'INCROYABLE DESTIN D'UN KETJE DE...	2	
Canvas	TOURNEE GENERALE	10	
Canvas	TOURNEE GENERALE (HERH.)	10	
Canvas	TRIBE	6	
Canvas	TRIBE (HERH.)	2	
Canvas	TSOTSI	1	
Canvas	VALENTIN	1	
EEN	VAN PORSELEIN	1	
EEN	VAN PORSELEIN (HERH.)	1	
EEN	VAN VLEES EN BLOED	7	
EEN	VERA CRUZ	1	
Canvas	VERBODEN TE ZUCHTEN	1	
Canvas	VIER LETZTE LIEDER VAN RICHARD STRAUSS	1	
Canvas	VIES ET MORTS DE ANDY WARHOL	1	
Canvas	VILLA DES ROSES	1	
Canvas	VIRUS	3	
EEN	VLAANDEREN BOVEN	1	
EEN	VLAANDEREN VAKANTIELAND	204	102
EEN	VLAANDEREN VAKANTIELAND (HERH.)	65	1
Canvas	VODKA LEMON	1	
Canvas	VOLVER	1	
Canvas	WALKING THE DOG	1	
Canvas	WALTER ST-GEORGE ESQUIRE	1	
EEN	WEST SIDE STORY	1	
Canvas	WILLEM KERSTERS	1	
Canvas	WIM HELSEN	1	
Canvas	WIM HENDERICKX, EEN OOSTERLING VERDWAALD IN HET WESTEN	1	
Canvas	WOODSTOCK, 3 DAYS OF PEACE & MUSIC	1	
Canvas	WOUTER DEPREZ, WAR	1	
EEN	WUTHERING HEIGHTS	2	
Canvas	Y AURA T'IL DE LA NEIGE A NOEL?	1	
EEN	YASMINE, LICHT ONTVLAMBAAR	1	
EEN	ZALM VOOR CORLEONE	7	
Canvas	ZIEGFELD FOLLIES	1	
EEN	ZO IS ER MAAR EEN	8	
Canvas	ZO IS ER MAAR EEN - DE CUP	76	3
Canvas	ZWART BELICHT	1	

## Bijlage 6

Lijst van programma's in het kader van de educatieve opdracht van de VRT via spoor 2 op televisie<sup>10</sup>

zender	programma	# uitzendingen	zonder impact op performantie
Canvas	21 UP SOUTH AFRICA, MANDELA'S CHILDREN	1	
Canvas	9/11, THE THIRD TOWER	1	
Canvas	ADIDAS VS. PUMA, HET VERHAAL VAN TWEE BROERS	1	
Canvas	AMAZON	6	
Canvas	AN INCONVENIENT TRUTH	1	
Canvas	AROUND THE WORLD IN 20 YEARS	1	
Canvas	BEAGLE, IN HET KIELZOG VAN DARWIN	23	
Canvas	BEDWETERS	20	1
Canvas	BELGA SPORT	18	
Canvas	BEROEP - ASTRONAUT	3	
Canvas	BEROEP - ASTRONAUT (HERH.)	1	
Canvas	BLOODY OMAHA	1	
Canvas	BOBSLEE, OPERATIE LAKE PLACID	6	
Canvas	BOBSLEE, OPERATIE WINTERBERG	3	
Canvas	BOBSLEE, OPERATIE WINTERBERG (HERH.)	1	
EEN	BUDDHA, BEES & THE GIANT HORNET QUEEN	1	
EEN	BUITENGOOR, TUSSEN ZONNEDAUW EN ORCHIDEEEN	1	
Canvas	BUMBA	93	alle uitzendingen
Canvas	BUSTING THE BERLIN WALL	1	
EEN	CELEBRITY MASTERCHEF	27	
Canvas	CHARLES DARWIN AND THE TREE OF LIFE	1	
Canvas	CHILD GENIUS AT THIRTEEN	1	
EEN	CHINA VOOR BEGINNERS	10	
Canvas	CHINEES VOOR MIJ	12	10
EEN	CHINESE FOOD MADE EASY	6	
Canvas	CHIRAC	1	
Canvas	COMA	1	
Canvas	CONNECTED, THE POWER OF SIX DEGREES	1	
Canvas	CRACKING THE MAYA CODE	1	
Canvas	DARWIN'S NIGHTMARE	1	
EEN	DE AARDE VANUIT DE HEMEL	12	
EEN	DE BEDENKERS	4	
EEN	DE BERENFLUISTERAAR VAN KAMTSJATKA	1	
Canvas	DE CARAIBEN	4	
EEN	DE INVASIE VAN DE MIEREN	1	
Canvas	DE MENSELIJKE VOETAFDRUK	1	
Canvas	DE MUUR (HERH.)	1	
EEN	DE MUUR VAN DE DOOD	1	
Canvas	DE PRINSES ELISABETHBASIS, EEN MISSIE OP ANTARCTICA	1	
EEN	DE SUPERSLANG	1	
Canvas	DER OLYMPIA-MORD	1	
EEN	DIEREN IN NESTEN	36	
EEN	DIERENDOKTERS AUSTRALIE	14	
EEN	DIERENZIEKENHUIS	10	

<sup>10</sup> Programma's < 15 minuten hebben geen impact op de performantie.

zender	programma	# uitzendingen	zonder impact op performantie
Canvas	DIRK DOET DARWIN	2	
EEN	EARTH	1	
EEN	EARTH (HERH.)	1	
Canvas	EQUATOR	2	
EEN	ETEN IN DE ZON	10	
Canvas	EVOLUTION CYBORG	1	
EEN	EXPEDITION GUYANA	3	
EEN	FABIOLA DE MORA Y ARAGON, DE EENZAME PRINSES	1	
Canvas	FAKES	2	
EEN	FAUNE D'EUROPE - LA MARMOTTE, SENTINELLE DES MONTAGNES	1	
Canvas	FOUR WIVES, ONE MAN	1	
Canvas	FRANCO, EL CENTINELA DE OCCIDENTE	1	
Canvas	FUTURE EARTH	1	
Canvas	GALAPAGOS	3	
Canvas	GANGES	3	
EEN	GENTSE WATERZOOI	22	
Canvas	GRIZZLY MAN	1	
EEN	HALF UUR NATUUR	21	
Canvas	HEINRICH HIMMLER	1	
Canvas	HET GROOT DICTEE DER NEDERLANDSE TAAL	1	
EEN	HET LEVEN ZOALS HET IS - DE ZOO	20	
EEN	HET LEVEN ZOALS HET IS - PLANCKENDAEL	8	
Canvas	HET ONVOLTOOIDE LAND	4	
Canvas	HET ZANDKASTEEL	23	alle uitzendingen
Canvas	HINDENBURG, THE UNTOLD STORY	1	
Canvas	HOGE BOMEN	9	
Canvas	HOLD ME TIGHT, LET ME GO	1	
Canvas	HORIZON	10	
Canvas	IN EUROPA	13	
Canvas	IN SEARCH OF PERFECTION	5	
Canvas	IN THE SHADOW OF THE MOON	1	
Canvas	INDIA VOOR BEGINNERS	11	
Canvas	INFAMOUS ASSASSINATIONS	5	
EEN	JAMES MARTIN'S CHAMPAGNE	5	
EEN	JAMES MARTIN'S FAVOURITE FEASTS	5	
Canvas	JESUS CAMP	1	
Canvas	JOANNA LUMLEY IN THE LAND OF THE NORTHERN LIGHTS	1	
Canvas	JOURNEYS FROM THE CENTRE OF THE EARTH	4	
Canvas	KING TUT'S CURSE	1	
EEN	KOPPEN XL	22	
Canvas	KRAKATOA	1	
EEN	LA MARCHE DE L'EMPEREUR	1	
Canvas	LAZY TOWN	212	
Canvas	LE PAPIER NE PEUT PAS ENVELOPPER LA BRAISE	1	

zender	programma	# uitzendingen	zonder impact op performantie
EEN	LEMUR STREET	20	
Canvas	LES ORIGINES DU LANGAGE	1	
EEN	LIFE IN COLD BLOOD	5	
Canvas	LITTLE EINSTEINS	161	
Canvas	LOOKING FOR DRAGONE	1	
EEN	LOW IMPACT MAN	3	
Canvas	MACAO, L'ENVERS DU JEU	1	
Canvas	MALARIA, THE SERIAL KILLER	1	
EEN	MASTERCHEF - THE PROFESSIONALS	5	
EEN	MASTERCHEF GOES LARGE	75	
EEN	MASTERCHEF, THE PROFESSIONALS	15	
EEN	MEEDOGENLOZE VIJANDEN	1	
Canvas	MEESTERWERKEN - JAN VAN EYCK, DE ANNUNCIATIE	1	
EEN	MISSION AFRICA	10	
EEN	MOONSHOT	1	
EEN	NATIONAL GEOGRAPHIC	15	
Canvas	NATTURA	1	
Canvas	NATURE'S GREAT EVENTS	5	
EEN	NIGELLA FEASTS	13	
EEN	ONGEREPT AFRIKA	24	
EEN	ONGEREPT AMAZONEGEBIED	24	
EEN	ONTDEK DE WERELD	22	
EEN	OOK GETEST OP MENSEN	10	
EEN	OP STAP MET DINOSAURIERS	6	
Canvas	PARIS 1919, UN TRAITE POUR LA PAIX	1	
EEN	PATER DAMIAAN (HERH.)	1	
Canvas	PLANET EARTH	11	
Canvas	PLANET EARTH (HERH.)	11	
Canvas	POLAR BEARS & GRIZZLIES, BEARS ON TOP OF THE WORLD	1	
EEN	POT JE EIGEN PIL	6	
Canvas	RAY MEAR'S WORLD OF SURVIVAL	5	
EEN	RHODES ACROSS INDIA	10	
EEN	RICK STEIN IN FRANKRIJK	10	
EEN	RICK STEIN'S MEDITERRANEAN ESCAPES	6	
Canvas	S.O.S. ANTARCTICA	39	alle uitzendingen
EEN	SAFARI	24	
Canvas	SOLAR RACE, AUSTRALIE	2	
Canvas	SOUTH PACIFIC	6	
Canvas	SPEER UND HITLER	4	
Canvas	SPRAAKMAKERS	3	
Canvas	SPRAAKMAKERS (HERH.)	5	
Canvas	STAUFFENBERG, THE TRUE STORY	1	
Canvas	STEPHEN FRY IN AMERICA - DEEP SOUTH	1	
Canvas	STEPHEN FRY IN AMERICA - NEW WORLD	1	

zender	programma	# uitzendingen	zonder impact op performantie
Canvas	STIJN EN DE STERREN	1	
Canvas	STIJN EN HET HEELAL	6	
Canvas	SUPER SIZE ME	1	
EEN	SUPER SWARM	1	
EEN	SWEET BABY JAMES	4	
Canvas	SYMFOLLIES	74	
Canvas	TERUG NAAR BERLIJN	1	
Canvas	TERUG NAAR BERLIJN (HERH.)	1	
Canvas	TERUG NAAR IRAN	1	
Canvas	THE AMERICAN FUTURE, A HISTORY	3	
Canvas	THE CHILDREN OF THE WAR	2	
Canvas	THE CHILDREN WHO FOUGHT HITLER	1	
Canvas	THE ENGLISH SURGEON	1	
Canvas	THE HOBBIT ENIGMA	1	
Canvas	THE LIFE AND TIMES OF EL NINO	1	
EEN	THE LION MAN	27	
Canvas	THE LOST WORLD OF COMMUNISM	3	
Canvas	THE NIGHT OF BROKEN GLASS	1	
Canvas	THE PRIVATE LIFE OF A MASTERPIECE	3	
Canvas	THE SCIENCE OF SUPERSTORMS	1	
Canvas	THE STORY OF INDIA	6	
Canvas	THE STORY OF THE WEEPING CAMEL	1	
Canvas	THE SUN	1	
Canvas	TOKAIDO, DE WEG VAN TOKYO NAAR KYOTO	10	
Canvas	TOURNEE GENERALE	10	
Canvas	TOURNEE GENERALE (HERH.)	10	
Canvas	TRADER'S DREAMS	1	
Canvas	TRIBE	7	
Canvas	TRIBE(HERH.)	2	
Canvas	TROTSKI	1	
Canvas	TWEENIES	46	
Canvas	TWO DAYS IN OCTOBER	1	
EEN	USHUAIA	19	
EEN	VAN NATUUR TOT NATUUR	1	
Canvas	VERLOREN LAND	8	
Canvas	VERLOREN LAND (HERH.)	8	
Canvas	VIRUS	1	
Canvas	WAT GA IK DOEN ALS IK DOOD BEN?	1	
EEN	WILD CHANCE	6	
Canvas	WW II, BEHIND CLOSED DOORS	6	
Canvas	YELLOWSTONE	2	
Canvas	ZINEDINE ZIDANE, LE DERNIER MATCH	1	
EEN	ZOO AUSTRALIE	9	
EEN	ZOO DAYS	6	
EEN	ZOO TALES	1	



## Bijlage 7

### Overzicht van prijzen en nominaties in 2009

- Fipa d'Or van het Festival International de Programmes Audiovisuels in de categorie beste serie voor De Smaak van de Keyser (Eén)
- Fipa d'Or van het Festival International de Programmes Audiovisuels in de categorie beste actrice voor Marieke Dilles (De Smaak van de Keyser, Eén)
- Fipa d'Or van het Festival International de Programmes Audiovisuels in de categorie voor beste muziek voor De Smaak van De Keyser (Eén)
- Gouden flip van De Jommekeskrant (Het Nieuwsblad) in de categorie beste tv-presentator voor Kobe Van Herwegen (Ketnet)
- TV-Visie-trofee in de categorie mannelijk schermgezicht voor Erik Van Looy (Eén)
- Humo's Pop Poll de Luxe in de categorie bekwaamste radiofiguur voor Tomas De Soete (Studio Brussel)
- Humo's Pop Poll de Luxe in de categorie beste radioprogramma voor Music for life (Studio Brussel)
- Humo's Pop Poll de Luxe in de categorie beste radiostation voor Studio Brussel
- Humo's Pop Poll de Luxe in de categorie bekwaamste tv-figuur voor Erik Van Looy (Eén)
- Humo's Pop Poll de Luxe in de categorie Prijs van de kijker voor De slimste mens ter wereld (Eén)
- Humo's Pop Poll de Luxe in de categorie beste tv-station voor Canvas
- Silbernes Stadttor van Internationaler Tourismus Filmwettbewerb in de categorie tv-reismagazine voor Dans mondial (Vlaanderen Vakantieland, Eén)
- De Vlaamse Televisiester voor beste fictieprogramma voor De Smaak van De Keyser (Eén)
- De Vlaamse Televisiester voor beste informatieprogramma voor Het journaal (Eén)
- De Vlaamse Televisiester voor beste entertainmentprogramma voor De slimste mens ter wereld (Eén)
- De Vlaamse Televisiester voor beste acteur voor Matthias Schoenaerts in De Smaak van De Keyser (Eén)
- De Vlaamse Televisiester voor beste presentator voor Erik Van Looy in De slimste mens ter wereld (Eén)

- De Vlaamse Televisiester voor beste presentatrice voor Phara De Aguirre (Canvas)
- De Vlaamse Televisiester voor populairste televisieprogramma voor De slimste mens ter wereld (Eén)
- Telenet Kids Award in de categorie Griet van het jaar voor Free Souffriau (Ketnet)
- Telenet Kids Award in de categorie Spetter van het jaar voor Niels De Stadsbader (Ketnet/Eén)
- Dutch Promo Award in de categorie Comedy/humor/satire voor Zonde van de zendtijd (Canvas)
- Dutch Promo Award in de categorie Show voor Blokken (Eén)
- Dutch Promo Award in de categorie Kinderprogramma's voor De Sint (Ketnet/Eén)
- Dutch Promo Award in de categorie Zenderimago voor Imagospot Canvas
- Dutch Promo Award in de categorie Graphics/animation voor De gouden stud (Eén)
- Grande Award voor Expeditie Columbus (in Vlaanderen Vakantieland, Eén)
- Scam Juryprijs van het Filmfestival Docville in de categorie beste Belgische documentaire voor Zondag gaat het gebeuren (in Puur persoonlijk, Canvas)
- Dexia Persprijs in de categorie radiopers voor Wim Chielens voor Het verdriet van Kortrijk in Middagpost (Radio 2)
- Golden Nymph van het TV-Festival Monte-Carlo als beste miniserie voor Van vlees en bloed (Eén)
- Best Writer Award van Seoul International Drama Awards voor Marc Didden (De smaak van De Keyser, Eén)

#### **Andere media-onderscheidingen**

- Werkgroep voor een reportage over nabestaanden na zelfdoding van Terzake (Canvas) en voor Koppen (Eén)
- Speciale vermelding van Premios Ondas van Radio Barcelona voor Homeless World Cup (Eén)
- Eerste prijs AIB Media Awards in de categorie Best TV coverage of a single news event voor Villa Politica (Eén)
- Tweede prijs AIB Media Awards in de categorie Best TV coverage of a single news event voor

Verkiezingsshow '09 (Eén)

- Special Commendation van Prix Europa in de categorie tv-fictie voor De smaak van De Keyser (Eén)
- Highly Commended Award van MEDEA voor Kaatje (Ketnet)
- Ha! van Humo voor Van vlees en bloed (Eén)
- Clickx verkoos Ketnet.be als Site van het jaar in de categorie jeugd
- Clickx verkoos Sporza.be als Site van het jaar in de categorie sport
- Clickx verkoos Stubru.be als Site van het jaar in de categorie radio
- Clickx verkoos Eén.be als Site van het jaar in de categorie televisie
- Merit Award van Media-Marketing in de categorie Advertiser of the year voor Studio Brussel
- Merit Award van Media-Marketing in de categorie Campaign of the year voor Brudio Stussel (25 jaar Studio Brussel)
- Gouden RMB-Award voor de 'Nergens beter dan Thuis-spot' in het kader van Music for Life (Studio Brussel)
- Gouden RMB-Award voor Music for Life (Studio Brussel)
- Bronzen RMB-Award voor 'Luc Tuymans-spot voor Klara.be' (Klara)
- Prijs voor de meest sexy televisiezender van Brandspecies voor Eén
- Prijs voor de meest sexy radiozender van Brandspecies voor Radio 2
- Prijs voor favoriete televisiegezicht van Brandspecies voor Erik Van Looy (Eén)
- Prijs voor favoriete radiostem van Brandspecies voor Sofie Lemaire (Studio Brussel)
- Prijs voor meest sexy radiofiguur van Brandspecies voor Evy Gruyaert (MNM)
- Robert Populair trofee van Nationale Merkencompetitie (LDV) in de categorie tv-zenders voor Eén
- Gouden INAP-EBU Connect Award in de categorie beste comedy, reality & entertainment voor promotiespot van Zonde van de Zendtijd (Canvas)
- Zilveren INAP-EBU Connect Award in de categorie beste grafische design voor imagospot voor

## De zomer van Ketnet

- Gold Award & Grand Prix van de Creative Club of Belgium in de categorie film voor de campagne De Producer - Gelukkig was er Studio Brussel
- Bronze Award van de Creative Club of Belgium in de categorie film voor The old ones (Studio Brussel)
- Bronze Award van de Creative Club of Belgium in de categorie media – best use of television voor Music for Life (Studio Brussel)
- Silver Award van de Creative Club of Belgium in de categorie direct voor De zitvlaai (Studio Brussel)
- Bronze Award van de Creative Club of Belgium in de categorie direct voor Music for Life (Studio Brussel)
- Bronze Award van de Creative Club of Belgium in de categorie integrated voor De zitvlaai (Studio Brussel)
- Silver Award van de Creative Club of Belgium in de categorie innovative voor De zitvlaai (Studio Brussel)
- Bronze Award van de Creative Club of Belgium in de categorie innovative voor Music for Life (Studio Brussel)
- Gold Award van de Creative Club of Belgium in de categorie media – best use of ambient voor De zitvlaai (Studio Brussel)
- Advertiser Award van de Creative Club of Belgium in de categorie media – best use of television voor Music for Life (Studio Brussel)
- Gold Award van de Creative Club of Belgium in de categorie beste soundtrack voor tv-spotje Dollen met Eén
- Gold Lion van Cannes Lions International Advertising Festival in de categorie film (other screens) voor Music for Life (Studio Brussel)
- Gold Lion van Cannes Lions International Advertising Festival in de categorie media (best use of television) voor Music for Life (Studio Brussel)
- Bronze Lion van Cannes Lions International Advertising Festival in de categorie direct (direct response broadcast: TV, radio & infomercials) voor Music for Life (Studio Brussel)
- Bronze Lion Grand Prix (5) op het Eurobest-festival in de categorie Radio (publications & media) voor de Tune Your Life-campagnespots The First Time, Opening Dance, Ringtones, Shemus, the Mysterious Whale en Let's Pee in the Corner van Studio Brussel
- Gouden Medaille op het Eurobest-festival in de categorie TV Cinema (other screens) voor 'Nergens beter dan Thuis-spot' in het kader van Music for Life (Studio Brussel)

- Gouden Medaille op het Eurobestfestival in de categorie Direct (best integrated campaign led by direct marketing) voor 'Nergens beter dan Thuis-spot' in het kader van Music for Life (Studio Brussel)
- Zilveren Medaille op het Eurobest-festival in de categorie Direct ResponseDigital voor Eternal Moonwalk (tribute aan Michael Jackson) (Studio Brussel)
- Zilveren Medaille op het Eurobest-festival in de categorie Direct (publications & media) voor Eternal Moonwalk (tribute aan Michael Jackson) (Studio Brussel)
- Gouden Medaille op het Eurobestfestival in de categorie Media (best use of digital media) voor Eternal Moonwalk (tribute aan Michael Jackson) (Studio Brussel)
- Gouden Medaille op het Eurobest-festival in de categorie Media (publications & media) voor Eternal Moonwalk (tribute aan Michael Jackson) (Studio Brussel)
- Bronzen Medaille op het Eurobestfestival in de categorie Media (publications & media) voor 'Nergens beter dan Thuis-spot in het kader van Music for Life' (Studio Brussel)
- Zilveren Medaille op het Eurobest-festival in de categorie Media 'Nergens beter dan Thuis-spot' in het kader van Music for Life (Studio Brussel)
- Zilveren Medaille op het Eurobestfestival in de categorie Interactive (viral marketing & e-mail advertising, e-cards, etc.) voor Eternal Moonwalk (tribute aan Michael Jackson) (Studio Brussel)
- Bronzen Medaille op het Eurobestfestival in de categorie Interactive (publications & media) voor Eternal Moonwalk (tribute aan Michael Jackson) (Studio Brussel)
- Grand Prix op het Eurobest-festival in de categorie Sales Promotion (publications & media) voor Eternal Moonwalk (tribute aan Michael Jackson) (Studio Brussel)
- Zilveren Medaille op het Eurobest-festival in de categorie Sales Promotion (publications & media) voor 'Nergens beter dan Thuis-spot' in het kader van Music for Life (Studio Brussel) van Cannes Lions International Advertising Festival in de categorie design (self promotion) voor De zitvlaai (Studio Brussel)
- Klein Duimpje Award van de Vlaamse Jeugdraad voor de jongeren van het project De Overname en de VRT
- Globe van Randstad voor beste werksfeer voor de VRT
- Uitroeping tot meest aantrekkelijke werkgever volgens Vlerick management school en Vacature voor VRT
- Trofee voor sportiefste bedrijf van de Vlaamse Liga van Bedrijfssportbonden voor VRT

## Bijlage 8

### Overzicht van de Vlaamse muziekproducties op de VRT-radionetten

2009	totaal aantal nummers	waarvan Vlaams product	algemeen %
Januari	44.772	10.558	23,6
Februari	41.469	10.010	24,1
Maart	43.040	10.205	23,7
April	43.041	10.535	24,5
Mei	44.101	10.902	24,7
Juni	41.842	10.584	25,3
Juli	46.242	11.730	25,4
Augustus	46.295	11.159	24,1
September	41.490	9.610	23,2
Oktober	43.600	9.919	22,8
November	42.009	9.704	23,1
December	44.428	10.227	23,0
<b>Gemiddelde</b>			<b>24,0</b>

**Bijlage 9**

IPSOS Belgium-onderzoek inzake de herkenning van minstens 1 VRT-radiokanaal als een radio met een Nederlandstalig muziekprofiel.



A KID'S MESSY ROOM?  
OR A PORTRAIT OF CHE GUEVARA?



THE INGREDIENTS FOR A HEARTY STEW?  
OR ¿EN BOBYS Y JO LIVLRDd 3HL



DON QUIXOTE AND HIS FAITHFUL COMPANION SANCHO PANZA?  
OR DON QUIXOTE WITHOUT HIS FAITHFUL COMPANION SANCHO PANZA?

# Muziekprofiel Vlaamse Radiozenders

## Resultaten



Nobody's Unpredictable

October 2009

Ref. 0902231501



# Inhoud

---

## 1. Onderzoeksdoelstellingen

1. Onderzoeksdoelstelling
2. Methodologie
3. Steekproef

## 2. Resultaten

1. Kennis Vlaamse radiozenders
2. Nederlandstalig muziekprofiel
3. Conclusies

## 3. Vragenlijst

## 4. Tabellen





---

# ONDERZOEKS- DOELSTELLINGEN

---

Nederlandstalig muziekprofiel van Vlaamse radiozenders  
VRT / October 2009



## 1. Onderzoekdoelstelling

---

- Eén van de doelstellingen in de Beheersovereenkomst die de VRT met de Vlaamse Gemeenschap heeft afgesloten is de performantiemaatstaf dat “minstens één VRT radiokanaal door het publiek herkend moet worden als een radio met een Nederlandstalig muziekprofiel”.
- De VRT wenst haar performantie op deze maatstaf op een onafhankelijke en betrouwbare manier te meten via een publieksonderzoek bij een representatieve steekproef van de Vlaamse bevolking.



## 2. Methodologie

### ■ UNIVERSUM

- In Vlaanderen woonachtige personen van 15 jaar en ouder
- Dit universum vertegenwoordigt 5.048.000 individuen

### ■ STEEKPROEF

- Het aantal ondervraagde personen bedraagt 496.
- De maximale foutenmarge bij deze steekproefgrootte bedraagt 4.4%
- Quota werden opgelegd inzake geslacht, leeftijd, regio, beroep (actief of niet) en het studieniveau
- De resultaten werden gewogen om het representatieve karakter ervan te waarborgen. De wegingsvariabelen zijn: geslacht (gekruist met VVA en VVI), leeftijd, studieniveau, gezinsgrootte, aanwezigheid van kinderen jonger dan 15 jaar, sociale klasse, provincie en urbanisatiegraad (habitat).



## 2. Methodologie



- De interviews werden face-to-face afgenomen bij de respondenten thuis.
- Het VELDWERK van deze studie vond plaats tussen **18 september en 28 september 2009**.
- De vragenlijst die gebruikt werd voor deze studie is achteraan dit rapport terug te vinden, samen met de tabellen met de resultaten.
- In de onderzoekstabellen zijn de volgende variabelen opgenomen:

- TOTAAL	
- Geslacht	
- Leeftijd	(3 categorieën)
- Sociale klasse	
- Urbanisatie	
- Actief	
- Hogere opleiding	
- Kinderen < 15	
- VVA	
- VVI	
- Aantal gezinsleden	(3 categorieën)
- Beroep	(5 categorieën)
- Provincies	



### 3. Steekproef

	Gewogen (N)	Gewogen (%)
<b>Totaal</b>	496	100
<b>Geslacht</b>		
Man	243	49
Vrouw	253	51
<b>Leeftijd</b>		
15-34	144	29
35-54	177	36
55-64	175	35
<b>Sociale klasse</b>		
Hogere sociale klassen	263	53
Lagere sociale klassen	233	47
<b>Urbanisatie</b>		
Stedelijk	223	45
Ruraal	273	55
<b>Actief</b>	229	46
<b>Hogere opleiding</b>	128	26
<b>Kinderen &lt; 15j</b>	131	26
<b>VWA</b>	293	59
<b>VWI</b>	266	54

### 3. Steekproef

	Gewogen (N)	Gewogen (%)
<b>Totaal</b>	496	100
<b>Aantal gezinsleden</b>		
1	66	13
2	174	35
3	256	52
<b>Provincies</b>		
West-Vlaanderen	95	19
Oost Vlaanderen	115	23
Antwerpen	140	28
Vlaams Brabant	78	16
Limburg	68	14
<b>Beroep</b>		
Zelfstandige	29	6
Kader	16	3
Bediende	109	22
Arbeider	75	15
Niet actief	267	54



---

# RESULTATEN

---

Nederlandstalig muziekprofiel van Vlaamse radiozenders  
VRT / October 2009

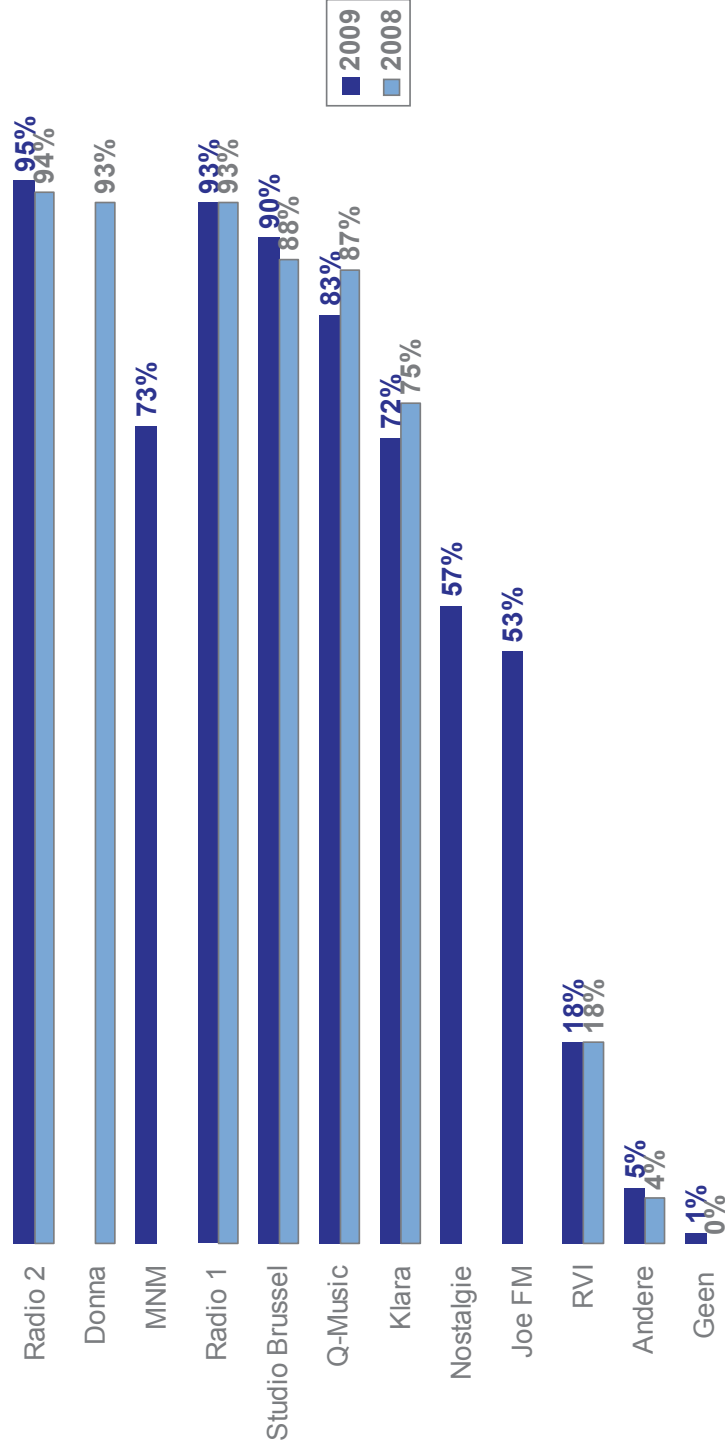


# 1. Kennis Vlaamse radiozenders



Welke van de volgende Vlaamse radiozenders kent u, al was het maar van naam?

Basis: Allen (N=496)







# 1. Kennis Vlaamse radiozenders

## PROFIEL VAN DE KENNIS VAN DE VLAAMSE RADIOZENDERS:

Basis: Allen (N=496)

%	TOTAAL (N=496)	Man (N=243)	Vrouw (N=253)	55 jaar en ouder (N=175)			Hogere sociale klassen (N=263)		Lagere sociale klassen (N=233)	
				15-34 jaar (N=144)	35-54 jaar (N=177)	55 jaar en ouder (N=175)	Hogere sociale klassen (N=263)	Lagere sociale klassen (N=233)		
	95	94	96	92	97	95	97	92		
Radio 2										
Radio 1	93	93	93	91	96	91	95	90		
Studio Brussel	90	91	90	94	94	84	94	86		
Q-Music	83	84	83	91	93	68	92	74		
MNM	73	73	73	88	83	52	85	60		
Klara	72	72	73	75	74	68	81	63		
Nostalgie	57	57	56	68	67	37	66	47		
Joe FM	53	54	53	73	63	28	57	49		
RVI	18	21	15	16	20	18	25	10		
Andere	5	7	4	9	4	3	6	4		
Geen	1	1	1	-	-	3	-	3		

De blokjes wijzen op significante verschillen ten aanzien van het totaal, met een betrouwbaarheid van 95%. Een rood blokje betekent dat dit cijfer significant lager is dan het totaal en een groen blokje betekent dat dit cijfer significant hoger is dan het totaal.

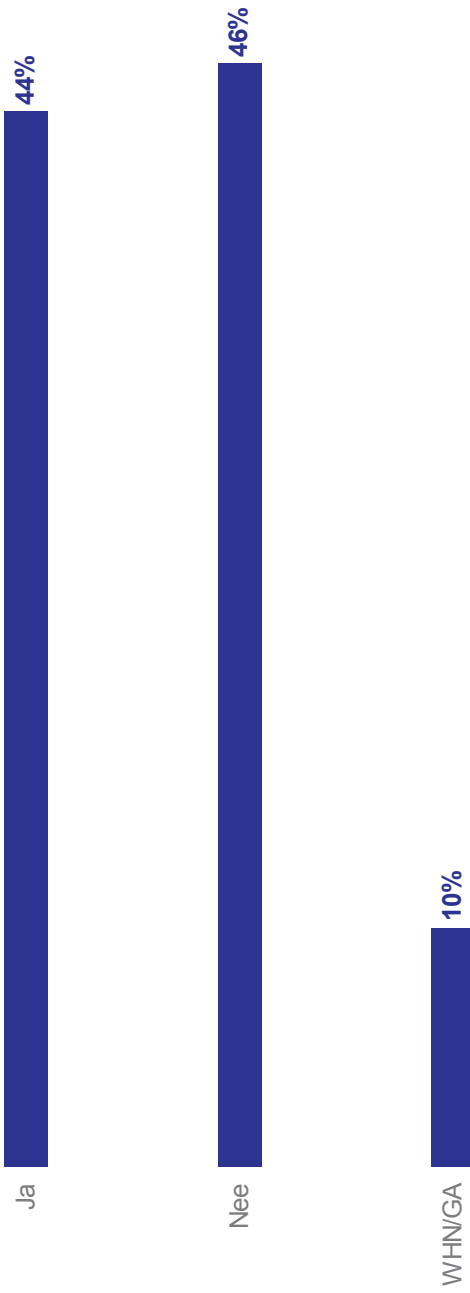


## 2. Nederlandstalig muziekprofiel



Is er een Vlaamse radiozender die u associeert met Nederlandsatige muziek?

Basis: Kent minstens één radiozender (N=490)





## 2. Nederlandstalig muziekprofiel

### PROFIEL VAN DE ZENDERS MET DE MEEESTE AANDACHT VOOR NEDERLANDSTALIGE MUZIEK:

Basis: Kent minstens één  
radiozender (N=490)

%	TOTAAL (N=490)	Man (N=241)	Vrouw (N=249)	15-34 jaar (N=144)	35-54 jaar (N=177)	55 jaar en ouder (N=169)	Lagere sociale klassen (N=227)	
							Hogere sociale klassen (N=263)	Lagere sociale klassen (N=227)
Ja	44	41	46	44	39	48	50	36
Nee	46	47	45	48	51	38	42	51
WHN/GA	10	12	9	7	10	14	8	13



De blokjes wijzen op significante verschillen ten aanzien van het totaal, met een betrouwbaarheid van 95%.  
Een rood blokje betekent dat dit cijfer significant lager is dan het totaal en een groen blokje betekent dat dit cijfer significant hoger is dan het totaal.

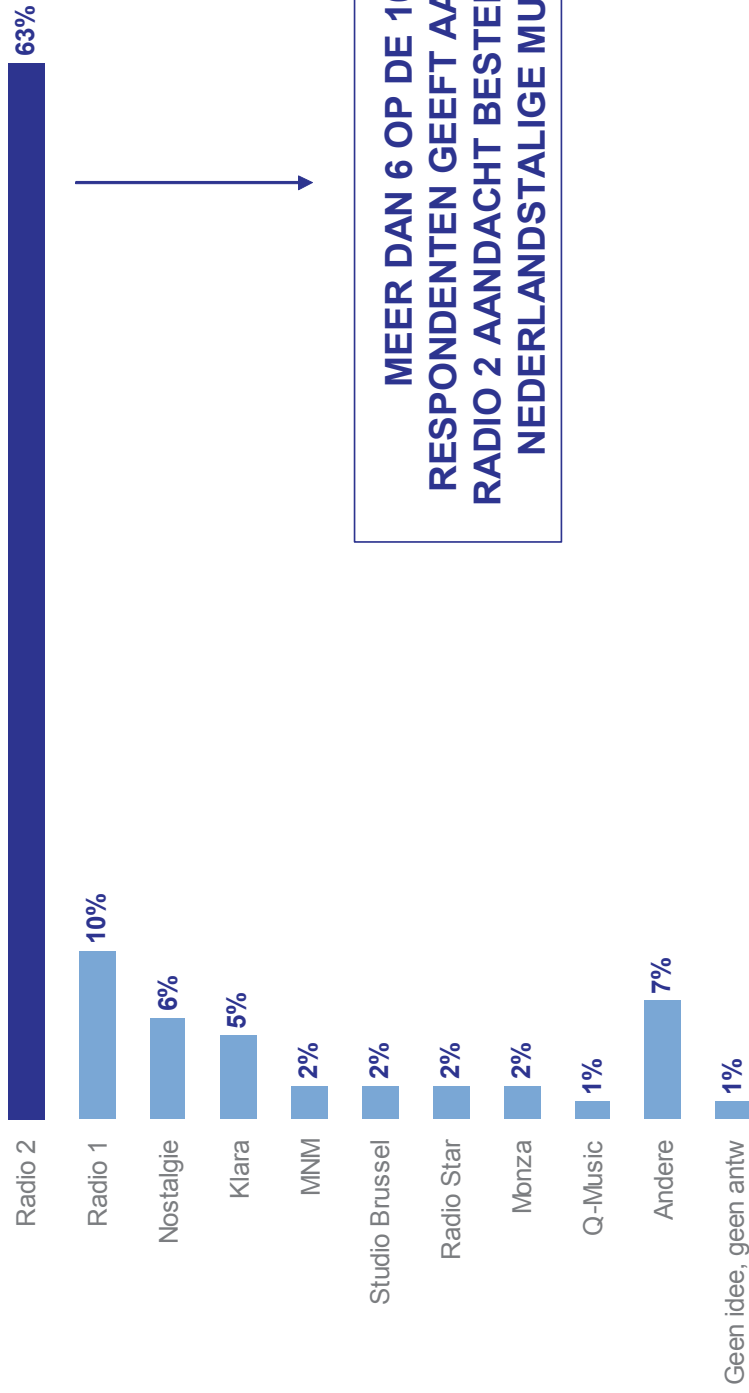


## 2. Nederlandstalig muziekprofiel



### Welk radionet?

Basis: Kent een  
Vlaams radiozender met Nederlandstalig profiel (N=214)



**MEER DAN 6 OP DE 10  
RESPONDENTEN GEEFT AAN DAT  
RADIO 2 AANDACHT BESTEED AAN  
NEDERLANDSTALIGE MUZIEK**



## 2. Nederlandstalig muziekprofiel

**PROFIEL VAN DE VLAAMSE RADIOZENDERS DIE AANDACHT BESTEDEN AAN NEDERLANDSTALIGE MUZIEK** Basis: Kent een Vlaams radiozender met Nederlandstalig profiel (N=214)

%	TOTAAL (N=214)	Man (N=99)	Vrouw (N=115)	15-34 jaar (N=64)	35-54 jaar (N=69)	55 jaar en ouder (N=82)	Hogere sociale klassen (N=133)		Lagere sociale klassen (N=82)
							Hogere sociale klassen (N=133)	Lagere sociale klassen (N=82)	
	63	70	57	64	56	68	65	59	
Radio 2									
Radio 1	10	8	11	11	12	6	13	5	
Nostalgie	6	4	7	3	11	4	5	7	
Klara	5	3	6	6	4	4	4	5	
MNM	2	1	3	5	-	1	2	2	
Studio Brussel	2	1	3	4	1	-	1	3	
Radio Star	2	-	5	2	4	2	3	2	
Monza	2	3	1	-	4	2	2	3	
Q-Music	1	2	1	-	1	2	1	1	
Andere	7	8	5	3	4	11	2	14	
Geen idee, geen antw	1	-	3	2	2	-	2	-	



### 3. Conclusies

- Radio 2 blijft in 2009 de meest bekende Vlaamse radiozender bij de Vlaamse bevolking van 15 jaar en ouder, gevolgd door een andere VRT-radiozender: Radio 1. Radio Donna die onlangs van naam veranderd is nu MNM heet behaamd een bekendheid van 73% tegenover 93% voor Donna in 2008. Joe FM en Radio Vlaanderen Internationaal zijn de Vlaamse radiozenders die het minst bekend zijn bij het grote publiek.
- Vergeleken met 2008, merken we een stijging in de bekendheid van de drie meest bekende radiozenders, Radio 2, Radio 1 en Studio Brussel en een lichte daling bij iets minder bekende radiozenders zoals Q-Music en Klara.
- We noteren ook dat de een aantal Vlaamse radiozenders (vooral Q-Music en Klara) minder gekend zijn bij de lagere sociale klassen en bij de ouderen.



### 3. Conclusies

- Meer dan 4 Vlamingen op de 10 associëren een Vlaamse radiozender met Nederlandstalige muziek. We noteren ook dat 51% van de bevolking uit de lagere sociale klassen niet weet of er een Vlaamse radiozender bestaat met meer aandacht voor Nederlandstalige muziek. Het zijn ook meestal de mensen onder 55 jaar oud die minder goed weten of er een zender bestaat met meer aandacht voor Nederlandstalige muziek.
- Radio 2 wordt duidelijk gezien als de Vlaamse radiozender met het meest aandacht voor Nederlandstalige muziek: 63% van de respondenten geeft aan dat Radio 2 de zender is die het meest aandacht besteedt aan de Nederlandstalige muziek. Op de tweede plaats komt Radio 1 met 10%, gevolgd door Nostalgie en Klara met 6% en 5% respectievelijk.
- Als eindconclusie kunnen we duidelijk stellen dat Radio 2 gezien wordt als de VRT radiozender waar het meest aandacht besteedt aan Nederlandstalige muziek.

## Bijlage 10

Beslissing 2009/050: Aanvraag licentie radio-omroepnetwerk NV Norkring België



## **ALGEMENE KAMER**

# **AANVRAAG LICENTIE RADIO- OMROEPNETWERK NV NORKRING BELGIË**

(dossier nr. 2009/0956)

BESLISSING  
nr. 2009/050

**22 juni 2009**



AANVRAAG LICENTIE RADIO-OMROEPNETWERK NV NORFRING BELGIË

**In de zaak aanvraag licentie radio-omroepnetwerk NV  
NORFRING BELGIË,**

De Vlaamse Regulator voor de Media (algemene kamer), samengesteld uit:

Dhr E. BREWAEYS, *voorzitter*,  
Dhr C. ADAMS, *ondervoorzitter*,  
Dhr R. LANNOO,  
Mevr P. VALCKE, *leden*

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 22 juni 2009,  
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

Artikel 201, § 1, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en de televisie (hierna het Mediadecreet) bepaalt dat niemand een etheromroepnetwerk mag aanbieden zonder schriftelijke licentie van de Vlaamse Regulator voor de Media. Deze bepaling vervangt artikel 134, § 1, van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005, dat werd opgeheven bij het decreet van 27 maart 2009.

De voorwaarden en de procedure voor het verkrijgen van een licentie om een etheromroepnetwerk aan te bieden werden vastgelegd in het besluit van de Vlaamse Regering van 18 juli 2008 betreffende de voorwaarden en de procedure voor het verkrijgen van een licentie voor het aanbieden van een radio- of televisieomroepnetwerk en de bijhorende zendvergunningen (hierna: het procedurebesluit).

Het besluit van de Vlaamse Regering van 17 oktober 2008 houdende de vastlegging van de pakketten van digitale frequenties die zullen worden vrijgegeven tijdens een eerste vergelijkende toets voor het verkrijgen van vergunning voor het aanbieden van een radio- of televisieomroepnetwerk en de bijhorende zendvergunningen, legt de pakketten van digitale frequenties vast waarvoor een eerste oproep tot het verkrijgen van een licentie voor het gebruik ervan zal worden aangekondigd.

De Vlaamse Regering kondigt in het Belgisch Staatsblad van 27 maart 2009 de oproep aan tot het indienen van kandidaatstellingen voor een licentie voor het aanbieden van een radio- of televisieomroepnetwerk en de bijhorende zendvergunningen.

De onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media legt een onderzoeksrapport voor op 3 juni 2009.

#### AANVRAAG LICENTIE RADIO-OMROEPNETWERK NV NORFRING BELGIË

Uit het resultaat van het onderzoek door de onderzoekscel blijkt dat NV NORFRING BELGIË als enige zich kandidaat stelt voor de licentie voor het aanbieden van een radio-omroepnetwerk in Vlaanderen, dat de kandidatuur tijdig werd ingediend en ontvankelijk is en dat de kandidaat tegemoetkomt aan de in artikel 202 van het Mediadecreet vermelde voorwaarden om een licentie te verkrijgen voor het aanbieden van een radio-omroepnetwerk.

Artikel 14, eerste lid van het procedurebesluit stelt dat als maar één aanvrager voldoet aan de gestelde ontvankelijkheidsvoorwaarden, de licentie onmiddellijk wordt toegekend aan deze aanvrager.

#### **OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA**

dat de gevraagde licentie voor het aanbieden van een radio-omroepnetwerk, zoals vermeld in het besluit van de Vlaamse Regering van 17 oktober 2008, voor een termijn van 15 jaar wordt toegekend aan NV NORFRING BELGIË, Victor Maloustraat 80 te 1600 Sint-Pieters-Leeuw.

Aldus uitgesproken te Brussel, op 22 juni 2009.

D. PEEREMAN  
griffier

E. BREWAEYS  
voorzitter

Tegen deze beslissing kan beroep tot nietigverklaring worden aangetekend bij de Raad van State. Dat beroep moet worden ingesteld bij aangetekende brief binnen zestig dagen na de kennisgeving, overeenkomstig de bepalingen van de gecoördineerde wetten op de Raad van State en het besluit van de regent van 23 augustus 1948 tot regeling van de rechtspleging voor de afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State.

**Bijlage 11**

Beslissing 2009/051: Aanvraag licentie televisieomroepnetwerk NV Norkring België

**ALGEMENE KAMER****AANVRAAG LICENTIE  
TELEVISIEOMROEPNETWERK  
NV NORKRING BELGIË**

(dossier nr. 2009/0957)

BESLISSING  
nr. 2009/051

**22 juni 2009**

AANVRAAG LICENTIE TELEVISIEOMROEPNETWERK NV NORCRING BELGIË

**In de zaak aanvraag licentie televisieomroepnetwerk NV NORCRING BELGIË,**

De Vlaamse Regulator voor de Media (algemene kamer), samengesteld uit:

Dhr E. BREWAEYS, *voorzitter*,  
Dhr C. ADAMS, *ondervoorzitter*,  
Dhr R. LANNOO,  
Mevr P. VALCKE, *leden*

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 22 juni 2009,  
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

Artikel 201, § 1, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en de televisie (hierna het Mediadecreet) bepaalt dat niemand een etheromroepnetwerk mag aanbieden zonder schriftelijke licentie van de Vlaamse Regulator voor de Media. Deze bepaling vervangt artikel 134, § 1, van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005, dat werd opgeheven bij het decreet van 27 maart 2009.

De voorwaarden en de procedure voor het verkrijgen van een licentie om een etheromroepnetwerk aan te bieden werden vastgelegd in het besluit van de Vlaamse Regering van 18 juli 2008 betreffende de voorwaarden en de procedure voor het verkrijgen van een licentie voor het aanbieden van een radio- of televisieomroepnetwerk en de bijhorende zendvergunningen (hierna: het procedurebesluit).

Het besluit van de Vlaamse Regering van 17 oktober 2008 houdende de vastlegging van de pakketten van digitale frequenties die zullen worden vrijgegeven tijdens een eerste vergelijkende toets voor het verkrijgen van vergunning voor het aanbieden van een radio- of televisieomroepnetwerk en de bijhorende zendvergunningen, legt de pakketten van digitale frequenties vast waarvoor een eerste oproep tot het verkrijgen van een licentie voor het gebruik ervan zal worden aangekondigd.

De Vlaamse Regering kondigt in het Belgisch Staatsblad van 27 maart 2009 de oproep aan tot het indienen van kandidaatstellingen voor een licentie voor het aanbieden van een radio- of televisieomroepnetwerk en de bijhorende zendvergunningen.

De onderzoeksceel van de Vlaamse Regulator voor de Media legt een onderzoeksrapport voor op 3 juni 2009.

## AANVRAAG LICENTIE TELEVISIEOMROEPNETWERK NV NORFRING BELGIË

Uit het resultaat van het onderzoek door de onderzoekscol blijkt dat NV NORFRING BELGIË als enige zich kandidaat stelt voor de licentie voor het aanbieden van een televisieomroepnetwerk in Vlaanderen, dat de kandidatuur tijdig werd ingediend en ontvankelijk is en dat de kandidaat tegemoetkomt aan de in artikel 202 van het Mediadecreet vermelde voorwaarden om een licentie te verkrijgen voor het aanbieden van een televisieomroepnetwerk.

Artikel 14, eerste lid van het procedurebesluit stelt dat als maar één aanvrager voldoet aan de gestelde ontvankelijkheidsvoorwaarden, de licentie onmiddellijk wordt toegekend aan deze aanvrager.

**OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR  
VOOR DE MEDIA**

dat de gevraagde licentie voor het aanbieden van een televisieomroepnetwerk, zoals vermeld in het besluit van de Vlaamse Regering van 17 oktober 2008, voor een termijn van 15 jaar wordt toegekend aan NV NORFRING BELGIË, Victor Maloustraat 80 te 1600 Sint-Pieters-Leeuw.

Aldus uitgesproken te Brussel, op 22 juni 2009.

D. PEEREMAN  
griffier

E. BREWAEYS  
voorzitter

Tegen deze beslissing kan beroep tot nietigverklaring worden aangetekend bij de Raad van State. Dat beroep moet worden ingesteld bij aangetekende brief binnen zestig dagen na de kennisgeving, overeenkomstig de bepalingen van de gecoördineerde wetten op de Raad van State en het besluit van de regent van 23 augustus 1948 tot regeling van de rechtspleging voor de afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State.

## Bijlage 12

Overzicht van de Vlaamse TV-producties en co-producties uitgezonden op de generalistische televisiekanalen van de VRT (18u00 – 23u00)

ZENDER	PROGRAMMA	AANTAL
EEN	10 JAAR KOPPEN	2
EEN	1000 ZONNEN	90
EEN	2008, HET JAAR VAN DE VAL	1
CANVAS	2009, HET JAAR VAN DE ANGST	1
KETNET	ABRAKODABRA	23
KETNET	ABRAKODABRA (HERH.)	17
CANVAS	ALEX AGNEW, KA-BOOM!	1
KETNET	ALEXANDER!	11
CANVAS	ALLES KAN BETER	14
KETNET	AMIKA	158
CANVAS	ATLETIEK. MEMORIAL IVO VAN DAMME	2
EEN	BART PEETERS, DE HEMEL IN HET KLAD	1
CANVAS	BEAGLE, IN HET KIELZOG VAN DARWIN	13
KETNET	BEDWETERS	8
CANVAS	BELGA SPORT	18
CANVAS	BELPOP	6
CANVAS	BEROEP - ASTRONAUT (1/2)	1
CANVAS	BEROEP - ASTRONAUT (2/2)	1
CANVAS	BEROEP, ASTRONAUT - DROMEN WAARMAKEN	1
CANVAS	BEROEP, ASTRONAUT - NAAR MARS	1
EEN	BESTE VRIENDEN	12
EEN	BLOKKEN	216
CANVAS	BOBSLEE, OPERATIE LAKE PLACID (1/6)	1
CANVAS	BOBSLEE, OPERATIE LAKE PLACID (2/6)	1
CANVAS	BOBSLEE, OPERATIE LAKE PLACID (3/6)	1
CANVAS	BOBSLEE, OPERATIE LAKE PLACID (4/6)	1
CANVAS	BOBSLEE, OPERATIE LAKE PLACID (5/6)	1
CANVAS	BOBSLEE, OPERATIE LAKE PLACID (6/6)	1
CANVAS	BOBSLEE, OPERATIE WINTERBERG (1/4)	1
CANVAS	BOBSLEE, OPERATIE WINTERBERG (3/4)	1
CANVAS	BOBSLEE, OPERATIE WINTERBERG (4/4)	1
CANVAS	CANVAS BOOK DELIVERY	2
EEN	CHINA VOOR BEGINNERS	10
KETNET	CHINEES VOOR MIJ	2
KETNET	CIRCUS.	23
KETNET	CIRCUS. (HERH.)	38
KETNET	CLASH	19
KETNET	CLASH (HERH.)	11
KETNET	CLICK-ID	56
CANVAS	CLIP(S)	1
EEN	CLIP(S)	6
KETNET	CLIP(S)	71
EEN	CLOUSEAU MET NATALIA LIVE	1
CANVAS	COMEDY CASINO	18
CANVAS	COMEDY CASINO CUP	8
CANVAS	COMEDY CASINO FESTIVAL	1
CANVAS	DAAR WAAR MENSEN ZIJN, IS ER NOOIT EEN GEBREK...	1
EEN	DE BEDENKERS	3
EEN	DE BENDE VAN WIM	12
CANVAS	DE CANVASCRACK	68

ZENDER	PROGRAMMA	AANTAL
EEN	DE COLLEGA'S	1
CANVAS	DE FILM VAN MIJN LEVEN	9
EEN	DE FLANDRIEN	1
CANVAS	DE GOUDEN UIL	5
EEN	DE JAREN STILLEKES	10
CANVAS	DE KEIEN VAN DE WETSTRAAT	16
EEN	DE KOLLEGA'S MAKEN DE BRUG!	1
EEN	DE LAATSTE SHOW	84
EEN	DE PAPPENHEIMERS	14
EEN	DE PREMIEJAGERS	45
KETNET	DE PRETROULETTE	61
CANVAS	DE PRINSES ELISABETHBASIS, EEN MISSIE OP ANTARCTICA	1
EEN	DE RING	10
EEN	DE RODE LOPER	307
EEN	DE RODE LOPER (HERH.)	3
CANVAS	DE SCHADUW VAN HET KRUIS	11
EEN	DE SLIMSTE MENS TER WERELD	1
EEN	DE SLIMSTE MENS TER WERELD	34
EEN	DE SMAAK VAN DE KEYSER	6
EEN	DE STEMMING	6
EEN	DE WET VAN MURPHY	10
CANVAS	DE XII WERKEN VAN VANOUDENHOVEN	1
EEN	DE ZAAK ALZHEIMER	3
EEN	DIEREN IN NESTEN	35
CANVAS	DIRK DOET DARWIN	2
CANVAS	DOCU. MADAGASCAR (1/3)	1
CANVAS	DOCU. MADAGASCAR (2/3)	1
CANVAS	DOCU. MADAGASCAR (3/3)	1
KETNET	DO-RE-MIX	3
EEN	EEN SIMPEL PLAN...	8
EEN	EEUWIGE ROEM	10
KETNET	EN DAARMEE BASTA!	114
EEN	EUROPA 09	1
EEN	EUROVISIE SONGFESTIVAL	1
EEN	EUROVISIE SONGFESTIVAL - HALVE FINALE	2
CANVAS	EXTRA TIME	19
KETNET	FAN VAN	3
EEN	FC DE KAMPIOENEN	89
EEN	FLIKKEN	10
EEN	FREE SOUFFRIAU ZINGT ANN CHRISTY EEN BEETJE ANNDERS	1
CANVAS	GEDICHTENDAG	4
EEN	GEERT HOSTE & HET JAAR VAN DE BUFFEL	7
EEN	GEERT HOSTE REGEERT	2
EEN	GENTSE WATERZOOI	22
KETNET	GO IV	60
KETNET	GO IV (HERH.)	68
EEN	GOLDEN TICKET	1
CANVAS	GOUDVIS (1/8)	1
CANVAS	GOUDVIS (2/8)	1
CANVAS	GOUDVIS (3/8)	1

ZENDER	PROGRAMMA	AANTAL
CANVAS	GOUDVIS (4/8)	1
CANVAS	GOUDVIS (5/8)	1
CANVAS	GOUDVIS (6/8)	1
CANVAS	GOUDVIS (7/8)	1
CANVAS	GOUDVIS (8/8)	1
EEN	HARTELIJKE GROETEN AAN IEDEREEN	8
CANVAS	HERTOGSTRAAT 6	18
EEN	HET 6 UUR-JOURNAAL	365
EEN	HET 7 UUR-JOURNAAL	364
CANVAS	HET 8 UUR-JOURNAAL	150
EEN	HET ABC VAN DE VRT	8
CANVAS	HET BESLUIT	1
CANVAS	HET BESLUIT (HERH.)	1
EEN	HET BOURGONDISCH COMLOT (1/10)	1
EEN	HET BOURGONDISCH COMLOT (2/10)	1
EEN	HET BOURGONDISCH COMLOT (3/10)	1
EEN	HET BOURGONDISCH COMLOT (4/10)	1
EEN	HET BOURGONDISCH COMLOT (5/10)	1
EEN	HET BOURGONDISCH COMLOT (6/10)	1
EEN	HET BOURGONDISCH COMLOT (7/10)	1
EEN	HET BOURGONDISCH COMLOT (8/10)	1
EEN	HET BOURGONDISCH COMLOT (9/10)	1
CANVAS	HET EILAND	13
CANVAS	HET GROOT DEBAT	1
EEN	HET GROOT DEBAT	1
CANVAS	HET GROOT DICTEE DER NEDERLANDSE TAAL	1
EEN	HET JOURNAAL LAAT	208
EEN	HET LEVEN ZOALS HET IS - DE ZOO	20
EEN	HET LEVEN ZOALS HET IS - HUIS TE KOOP	9
EEN	HET LEVEN ZOALS HET IS - LUCHTHAVEN	2
EEN	HET LEVEN ZOALS HET IS - OCMW	12
EEN	HET LEVEN ZOALS HET IS - PLANCKENDAEL	8
CANVAS	HET ONVOLTOOIDE LAND (1/4)	1
CANVAS	HET ONVOLTOOIDE LAND (2/4)	1
CANVAS	HET ONVOLTOOIDE LAND (3/4)	1
CANVAS	HET ONVOLTOOIDE LAND (4/4)	1
CANVAS	HET PROGRAMMA VAN WIM HELSEN	8
CANVAS	HET WEER	355
EEN	HET WEER	385
KETNET	HET WEER	59
CANVAS	HOGЕ BOMEN	10
EEN	HOMELESS WORLD CUP	8
CANVAS	IETS MET BOEKEN	6
CANVAS	IN EUROPA	11
CANVAS	IN HET SPOOR VAN VERHOFSTADT	1
CANVAS	INDIA VOOR BEGINNERS	11
CANVAS	JOHNNYWOOD	1
EEN	JUNIOR EUROSONG	4
KETNET	JUNIOR EUROSONG (FRAGMENT)	33
KETNET	JUNIOR EUROSONG (HERH.)	4



ZENDER	PROGRAMMA	AANTAL
EEN	JUNIOR EUROVISIE SONGFESTIVAL	1
KETNET	KAATJE	1
KETNET	KARREWET	225
KETNET	KARREWET (HERH.)	246
EEN	KATARAKT	13
EEN	KENO	74
CANVAS	KERSTTOESPRAAK KONING (HERH.)	1
KETNET	KETNETKICK	34
KETNET	KETNETPOP	7
EEN	KIJK UIT!	2
EEN	KINDEREN VAN DEWINDT	10
EEN	KOM OP TEGEN KANKER	2
CANVAS	KONINGIN ELISABETH WEDSTRIJD	1
CANVAS	KONINGIN ELISABETH WEDSTRIJD (HERH.)	1
EEN	KOPPEN	36
EEN	KOPPEN XL	61
CANVAS	KOPSTUKKENDEBAT	1
KETNET	KULDERZIPKEN	8
CANVAS	LAVA	1
EEN	LEUVEN HULP	4
KETNET	LOLMOPS	31
EEN	LOS ZAND	13
EEN	LOTTO	151
EEN	LOW IMPACT MAN (1/3)	1
EEN	LOW IMPACT MAN (2/3)	1
EEN	LOW IMPACT MAN (3/3)	1
CANVAS	LUX	14
CANVAS	MAG IK U KUSSEN?	13
EEN	MAN BIJT HOND	236
KETNET	MEGA MINDY	2
CANVAS	MENEER DOKTOOR	9
EEN	MERCATOR	13
CANVAS	MIJN MOEDER	8
KETNET	MIJN SPORT IS TOP!	5
CANVAS	MIJN VADER (1/10)	1
CANVAS	MIJN VADER (10/10)	1
CANVAS	MIJN VADER (2/10)	1
CANVAS	MIJN VADER (3/10)	1
CANVAS	MIJN VADER (6/10)	1
CANVAS	MIJN VADER (7/10)	1
CANVAS	MIJN VADER (8/10)	1
CANVAS	MIJN VADER (9/10)	1
CANVAS	MIJN VADERS, MIJN MOEDERS EN IK	1
EEN	MUSIC INDUSTRY AWARDS	1
EEN	NAND BUYL, SCHIPPER VAART WEL	1
EEN	NIGHT OF THE PROMS (2/2)	1
CANVAS	NOOITGEDACHT	13
EEN	OOK GETEST OP MENSEN	10
KETNET	OP SCHOK	69
CANVAS	OPSPORINGSBERICHT	247

ZENDER	PROGRAMMA	AANTAL
CANVAS	PANORAMA	49
EEN	PATER DAMIAAN (HERH.)	1
EEN	PAULINE & PAULETTE	1
EEN	PETER LIVE	12
CANVAS	PHARA	38
CANVAS	PLAT PREFERE	11
CANVAS	POP POLL DE LUXE	1
EEN	PROFVOETBALLER	1
CANVAS	RECHT AVERECHT	1
EEN	REGERINGSMEDEDELING	1
CANVAS	ROCK WERCHTER	1
KETNET	S.O.S. ANTARCTICA	20
KETNET	SHERLOCK	92
KETNET	SHERLOCK (HERH.)	35
CANVAS	SI LE VENT SOULEVE LES SABLES	1
EEN	SPORTGALA	1
EEN	SPORTWEEKEND	49
CANVAS	SPORZA (VERVOLG)	5
CANVAS	SPRAAKMAKERS	9
KETNET	SPRING	108
KETNET	STAFARI	12
EEN	STAN VAN SAMANG IN CONCERT	1
EEN	STERACTEUR STERARTIEST	9
CANVAS	STIJN EN DE STERREN	1
CANVAS	STIJN EN HET HEELAL (1/6)	1
CANVAS	STIJN EN HET HEELAL (2/6)	1
CANVAS	STIJN EN HET HEELAL (3/6)	1
CANVAS	STIJN EN HET HEELAL (4/6)	1
CANVAS	STIJN EN HET HEELAL (5/6)	1
CANVAS	STIJN EN HET HEELAL (6/6)	1
CANVAS	STRADA	1
CANVAS	STUDIO 1	38
EEN	SUSPECT	1
CANVAS	TEMPO OF A RESTLESS SOUL	1
CANVAS	TEN HUIZE VAN...	1
CANVAS	TENNIS. ANTWERPEN	1
CANVAS	TER ZAKE	224
CANVAS	TER ZAKE 09	15
CANVAS	TER ZAKE EXTRA	1
CANVAS	TER ZAKE ZOMER	32
CANVAS	TERUG NAAR BERLIJN	1
CANVAS	TERUG NAAR IRAN (1/6)	1
EEN	THE ONE MAN SHOW	34
EEN	THUIS	197
CANVAS	TOESPRAAK KONING (HERH.)	1
CANVAS	TOKAIDO, DE WEG VAN TOKYO NAAR KYOTO	9
EEN	TOMTESTEROM	6
EEN	TOUR 2009	24
CANVAS	TOURNEE GENERALE	10
CANVAS	TOURNEE GENERALE (HERH.)	4

ZENDER	PROGRAMMA	AANTAL
CANVAS	TV TOUCHE	1
CANVAS	TWO FEELINGS TOGETHER	1
EEN	VAN PORSELEIN	1
EEN	VAN PORSELEIN (HERH.)	1
EEN	VAN VLEES EN BLOED	7
CANVAS	VB. BB. 1/16F:ST-TRUIDEN/GENK (1HT)	1
CANVAS	VB. BB. 1/16F:ST-TRUIDEN/GENK (2HT)	1
CANVAS	VB. BB. 1/16F:ST-TRUIDEN/GENK:RUST	1
CANVAS	VB. BB. 1/16F:STUDIO	1
CANVAS	VB. BB. 1/2F:CE.BRUGGE/KV.MECHELEN (1HT)	1
CANVAS	VB. BB. 1/2F:CE.BRUGGE/KV.MECHELEN (2HT)	1
CANVAS	VB. BB. 1/2F:CE.BRUGGE/KV.MECHELEN:RUST	1
CANVAS	VB. BB. 1/2F:GENK/LIERSE (1HT)	1
CANVAS	VB. BB. 1/2F:GENK/LIERSE (2HT)	1
CANVAS	VB. BB. 1/2F:GENK/LIERSE:RUST	1
CANVAS	VB. BB. 1/2F:KV.MECHELEN/CE.BRUGGE (1HT)	1
CANVAS	VB. BB. 1/2F:KV.MECHELEN/CE.BRUGGE (2HT)	1
CANVAS	VB. BB. 1/2F:KV.MECHELEN/CE.BRUGGE (3HT)	1
CANVAS	VB. BB. 1/2F:KV.MECHELEN/CE.BRUGGE:RUST	1
CANVAS	VB. BB. 1/2F:LIERSE/GENK (1HT)	1
CANVAS	VB. BB. 1/2F:LIERSE/GENK (2HT)	1
CANVAS	VB. BB. 1/2F:LIERSE/GENK:RUST	1
CANVAS	VB. BB. 1/2F:STUDIO	1
CANVAS	VB. BB. 1/2F:STUDIO	1
CANVAS	VB. BB. 1/2F:STUDIO	1
CANVAS	VB. BB. 1/2F:STUDIO	1
CANVAS	VB. BB. 1/2F:STUDIO	1
CANVAS	VB. BB. 1/2F:STUDIO	1
CANVAS	VB. BB. 1/2F:STUDIO	1
CANVAS	VB. BB. 1/4F:GENK/GENT (1HT)	1
CANVAS	VB. BB. 1/4F:GENK/GENT (2HT)	1
CANVAS	VB. BB. 1/4F:GENK/GENT (3HT)	1
CANVAS	VB. BB. 1/4F:GENK/GENT:RUST	1
CANVAS	VB. BB. 1/4F:GENT/GENK (1HT)	1
CANVAS	VB. BB. 1/4F:GENT/GENK (2HT)	1
CANVAS	VB. BB. 1/4F:GENT/GENK:RUST	1
CANVAS	VB. BB. 1/4F:RC.MECHELEN/LIERSE (S.)	1
CANVAS	VB. BB. 1/4F:STUDIO	1
CANVAS	VB. BB. 1/4F:STUDIO	1
CANVAS	VB. BB. 1/4F:STUDIO	1
CANVAS	VB. BB. 1/8F:GENT/GB.ANTWERPEN (1HT)	1
CANVAS	VB. BB. 1/8F:GENT/GB.ANTWERPEN (2HT)	1
CANVAS	VB. BB. 1/8F:GENT/GB.ANTWERPEN:RUST	1
CANVAS	VB. BB. 1/8F:KV.MECHELEN/ANDERLECHT (1HT)	1
CANVAS	VB. BB. 1/8F:KV.MECHELEN/ANDERLECHT (2HT)	1
CANVAS	VB. BB. 1/8F:KV.MECHELEN/ANDERLECHT:RUST	1
CANVAS	VB. BB. 1/8F:STUDIO	1
CANVAS	VB. BB. 1/8F:STUDIO	1
CANVAS	VB. BB. 1/8F:STUDIO	1
CANVAS	VB. BB. FIN.:KV.MECHELEN/GENK (1HT)	1
CANVAS	VB. BB. FIN.:KV.MECHELEN/GENK (2HT)	1

ZENDER	PROGRAMMA	AANTAL
CANVAS	VB. BB. FIN.:KV.MECHELEN/GENK:RUST	1
CANVAS	VB. BB. FIN.:STUDIO	1
CANVAS	VB. BB. FIN.:STUDIO	1
CANVAS	VB. BK.:GENT/ANDERLECHT (1HT)	1
CANVAS	VB. BK.:GENT/ANDERLECHT (2HT)	1
CANVAS	VB. BK.:GENT/ANDERLECHT:RUST	1
CANVAS	VB. C3 UEFA 1/2F:BREMEN/HAMBURG:RUST	1
CANVAS	VB. C3 UEFA 1/2F:HAMBURG/BREMEN:RUST	1
CANVAS	VB. C3 UEFA 1/2F:STUDIO	1
CANVAS	VB. C3 UEFA 1/2F:STUDIO	1
CANVAS	VB. C3 UEFA 1/2F:STUDIO	1
CANVAS	VB. C3 UEFA 1/2F:STUDIO	1
CANVAS	VB. C3 UEFA 1/4F:HAMBURG/MANCHESTER C.:RUST	1
CANVAS	VB. C3 UEFA 1/4F:MANCHESTER C./HAMBURG:RUST	1
CANVAS	VB. C3 UEFA 1/4F:STUDIO	1
CANVAS	VB. C3 UEFA 1/4F:STUDIO	1
CANVAS	VB. C3 UEFA 1/4F:STUDIO	1
CANVAS	VB. C3 UEFA 1/4F:STUDIO	1
CANVAS	VB. C3 UEFA 1/4F:STUDIO	1
CANVAS	VB. C3 UEFA FIN.:DONETSK/BREMEN:RUST	1
CANVAS	VB. C3 UEFA FIN.:STUDIO	1
CANVAS	VB. C3 UEFA SCHIFT.:ANDERLECHT/AJAX (1HT)	1
CANVAS	VB. C3 UEFA SCHIFT.:ANDERLECHT/AJAX (2HT)	1
CANVAS	VB. C3 UEFA SCHIFT.:ANDERLECHT/AJAX:RUST	1
CANVAS	VB. C3 UEFA SCHIFT.:ANDERLECHT/FC.TIMISOARA (1HT)	1
CANVAS	VB. C3 UEFA SCHIFT.:ANDERLECHT/FC.TIMISOARA (2HT)	1
CANVAS	VB. C3 UEFA SCHIFT.:ANDERLECHT/FC.TIMISOARA:RUST	1
CANVAS	VB. C3 UEFA SCHIFT.:ANDERLECHT/ZAGREB (1HT)	1
CANVAS	VB. C3 UEFA SCHIFT.:ANDERLECHT/ZAGREB (2HT)	1
CANVAS	VB. C3 UEFA SCHIFT.:ANDERLECHT/ZAGREB:RUST	1
CANVAS	VB. C3 UEFA SCHIFT.:CL.BRUGGE/BELGRADO (1HT)	1
CANVAS	VB. C3 UEFA SCHIFT.:CL.BRUGGE/BELGRADO (2HT)	1
CANVAS	VB. C3 UEFA SCHIFT.:CL.BRUGGE/BELGRADO:RUST	1
CANVAS	VB. C3 UEFA SCHIFT.:CL.BRUGGE/DONETSK (1HT)	1
CANVAS	VB. C3 UEFA SCHIFT.:CL.BRUGGE/DONETSK (2HT)	1
CANVAS	VB. C3 UEFA SCHIFT.:CL.BRUGGE/DONETSK:RUST	1
EEN	VB. C3 UEFA SCHIFT.:CL.BRUGGE/TOULOUSE (1HT)	1
EEN	VB. C3 UEFA SCHIFT.:CL.BRUGGE/TOULOUSE (2HT)	1
EEN	VB. C3 UEFA SCHIFT.:CL.BRUGGE/TOULOUSE:RUST	1
CANVAS	VB. C3 UEFA SCHIFT.:STUDIO	1
CANVAS	VB. C3 UEFA SCHIFT.:STUDIO	1
CANVAS	VB. C3 UEFA SCHIFT.:STUDIO	1
CANVAS	VB. C3 UEFA SCHIFT.:STUDIO	1
CANVAS	VB. C3 UEFA SCHIFT.:STUDIO	1
CANVAS	VB. C3 UEFA SCHIFT.:STUDIO	1
CANVAS	VB. C3 UEFA SCHIFT.:STUDIO	1
EEN	VB. C3 UEFA SCHIFT.:STUDIO	1
EEN	VB. C3 UEFA SCHIFT.:STUDIO	1
CANVAS	VB. CONFED.B. 1/2F:BRAZILIE/ZUID-AFRIKA:RUST	1
CANVAS	VB. CONFED.B. 1/2F:SPANJE/USA:RUST	1

ZENDER	PROGRAMMA	AANTAL
CANVAS	VB. CONFED.B. 1/2F:STUDIO	1
CANVAS	VB. CONFED.B. 1/2F:STUDIO	1
CANVAS	VB. CONFED.B. 1/2F:STUDIO	1
CANVAS	VB. CONFED.B. 1/2F:STUDIO	1
CANVAS	VB. CONFED.B. FIN.:STUDIO	1
CANVAS	VB. CONFED.B. FIN.:STUDIO	1
CANVAS	VB. CONFED.B. FIN.:USA/BRAZILIE:RUST	1
CANVAS	VB. CONFED.B. FIN.:USA/BRAZILIE:STUDIO	1
CANVAS	VB. CONFED.B.:ITALIE/BRAZILIE:RUST	1
CANVAS	VB. CONFED.B.:STUDIO	1
CANVAS	VB. CONFED.B.:STUDIO	1
CANVAS	VB. SUPER BB.:(BEGIN)	1
CANVAS	VB. SUPER BB.:(VERVOLG)	1
CANVAS	VB. SUPER BB.:STANDARD/GENK (1HT)	1
CANVAS	VB. SUPER BB.:STANDARD/GENK (2HT)	1
CANVAS	VB. SUPER BB.:STANDARD/GENK:RUST	1
CANVAS	VB. VRIEND.:BELGIE/HONGARIJE (1HT)	1
CANVAS	VB. VRIEND.:BELGIE/HONGARIJE (2HT)	1
CANVAS	VB. VRIEND.:BELGIE/HONGARIJE:RUST	1
CANVAS	VB. VRIEND.:BELGIE/SLOVENIE (1HT)	1
CANVAS	VB. VRIEND.:BELGIE/SLOVENIE (2HT)	1
CANVAS	VB. VRIEND.:BELGIE/SLOVENIE:RUST	1
CANVAS	VB. VRIEND.:STUDIO	1
CANVAS	VB. VRIEND.:STUDIO	1
CANVAS	VB. VRIEND.:STUDIO	1
CANVAS	VB. VRIEND.:STUDIO	1
CANVAS	VB. WK. KWALIF.:BELGIE/BOSNIE-H. (1HT)	1
CANVAS	VB. WK. KWALIF.:BELGIE/BOSNIE-H. (2HT)	1
CANVAS	VB. WK. KWALIF.:BELGIE/BOSNIE-H.:RUST	1
CANVAS	VB. WK. KWALIF.:BELGIE/TURKIJE (1HT)	1
CANVAS	VB. WK. KWALIF.:BELGIE/TURKIJE (2HT)	1
CANVAS	VB. WK. KWALIF.:BELGIE/TURKIJE:RUST	1
CANVAS	VB. WK. KWALIF.:BOSNIE-H./BELGIE:RUST	1
CANVAS	VB. WK. KWALIF.:STUDIO	1
CANVAS	VB. WK. KWALIF.:STUDIO	1
CANVAS	VB. WK. KWALIF.:STUDIO	1
CANVAS	VB. WK. KWALIF.:STUDIO	1
EEN	VERKIEZINGEN	1
CANVAS	VERLOREN LAND	16
EEN	VILLA VANTHILT	44
EEN	VLAANDEREN 09	1
EEN	VLAANDEREN BOVEN	1
EEN	VLAANDEREN VAKANTIELAND	52
EEN	VOLT	27
CANVAS	VOOR EENS & VOOR ALTIJD	8
CANVAS	VRANCKX	48
KETNET	W817	97
EEN	WE ARE FROM BELGIUM	14
CANVAS	WILLY'S & MARJETTEN	10
EEN	WITSE	23

ZENDER	PROGRAMMA	AANTAL
EEN	YASMINE, LICHT ONTVLAMBAAR	1
EEN	ZALM VOOR CORLEONE	6
EEN	ZO IS ER MAAR EEN	8
KETNET	ZO IS ER MAAR EEN - DE CUP	42
CANVAS	ZONDAG GAAT HET GEBEUREN	1
CANVAS	ZONDE VAN DE ZENDTIJD	9
CANVAS	ZWART BELICHT	1

**Bijlage 13**

**Ontvangst middengolfzender VRT**

