ingrid lieten

viceminister-president van de vlaamse regering, vlaams minister van innovatie, overheidsinvesteringen, media en armoedebestrijding

antwoord

op vraag nr. 295 van 28 juli 2011

van **willy segers**

Ik heb in verband met uw vragen de VRT gecontacteerd en kan u bijgevolg het volgende antwoord verstrekken.

1. De VRT meldt me dat het voor haar praktisch niet mogelijk is om een overzicht te geven van alle verplaatsingen voor VRT-radio. Wel kan gesteld worden dat Radio 2 het VRT-radionet is dat de meeste samenwerkingen met lokale overheden afsluit. De VRT kan wel informatie geven over de algemene redenen van samenwerking en ondersteuning.

**Radio 2**

Van alle VRT-radionetten sluit Radio 2 de meeste samenwerkingen met lokale overheden af. Het heeft dan ook de meeste live uitzendingen op locatie. Dat komt ook omdat Radio 2 sterk regionaal verankerd is en vanuit zijn netprofiel dicht bij zijn luisteraars wil zijn. Daarom is het net ook een graag geziene gast bij veel lokale partners.

Aantal Radio 2-capataties (sinds 2005):

* gemiddeld 170 captaties per jaar voor nationaal uitgezonden programma’s
* gemiddeld 100 captaties per jaar voor regionaal uitgezonden programma’s

De financiële steun van de lokale partner voor de extra captatiekosten (sinds 2005):

* gemiddeld 5.000 euro per nationaal uitgezonden programma
* gemiddeld 2.300 euro per regionaal uitgezonden programma

**Redenen van samenwerking**

Al vele jaren sluiten de VRT-radionetten met lokale besturen samenwerkingsovereenkomsten af voor programma’s op locatie. Een “*samenwerking op locatie*” (bijvoorbeeld voor een live radio-uitzending) betekent o.a. dat een partner tussenbeide komt in de extra kosten die het van op locatie uitzenden inhoudt. Het biedt bovendien de luisteraars van een radionet een kans om in rechtsreeks contact te komen met de programmamakers.

Om een programma op locatie uit te zenden wordt door het radionet altijd afgewogen:

* of de associatie met de betrokken plaats klopt
* en of er op die plaats een “extra belevenis” kan gecreëerd worden voor de luisteraar en het live publiek.

Een live uitzending vanop locatie is in zekere zin altijd een klein ‘evenement’. Daarbij gaat er aandacht naar socio-culturele acties, lifestyle, vrije tijd en live muziek. Het is dan ook vaak een manier om de Vlaamse muziekwereld te ondersteunen en Vlaamse artiesten een podium te geven.

Een dergelijke samenwerking wordt meestal ook opgezet met een goed gevoel van beide kanten:

a) het radionet creëert op een verfrissende manier een belevenis voor zijn publiek en luisteraars;

b) de stad of de gemeente betrekt het radionet ook graag bij lokale activiteiten.

**Ondersteuning**

De afspraken tussen de netten en de lokale overheden worden in een sluitende overeenkomst gegoten. Het nethoofd bepaalt het samenwerkingsbedrag binnen een vooraf vastgelegde vork. Het bedrag hangt af van de grootte van het evenement en de extra productiekosten die moeten gebeuren. Het valt ook uiteen in financiering en/of logistieke ondersteuning. De bedragen zijn ook tussen de netten onderling afgestemd.

Omdat het gaat om radio-uitzendingen, gaat het doorgaans om relatief kleine sommen.

**Autonomie redactie**

Bij elke samenwerking is de redactionele onafhankelijkheid van de programmamakers gegarandeerd. De redactie bepaalt zelf volledig de inhoud van het programma. De redactie maakt het programma, kiest de gasten, de muziek, de vormgeving en bouwt een beleving rond het uitzenden van op locatie, met zijn live-publiek en voor zijn luisteraars. Elk net doet dat vanuit zijn eigen netprofiel, met de uitdrukkelijke bedoeling voor de luisteraars van zijn net een belevenis te creëren. Het nethoofd heeft de eindcontrole over het programma.

De autonomie van de redactie wordt ook vastgelegd in de samenwerkingsovereenkomst.

1. De VRT stelt dat de kostprijs van een programma beschouwd als strikt vertrouwelijke en bedrijfsgevoelige informatie. Om die reden kan de VRT punt “c” uit deze vraag niet beantwoorden.

VRT-televisie kan twee soorten extra financiering ophalen:

* *citymarketing voor evenementiële programma’s*

Het op verplaatsing gaan van evenementiële programma’s (talkshow, muziekprogramma, ...) impliceert meerkosten ten opzichte van een opname in een studio (vervoer, beveiliging, ...).

* Financiering voor citymarketing kan een deel van die meerkosten dragen.
* *citymarketing voor fictie.*

“Midweek- en zondagfictie” zijn dure programmagenres en worden altijd op locatie opgenomen. Daarom wordt ook hier gezocht naar financiële steun bij lokale partners. Deze steun kan bestaan uit financiële steun of uit het ter beschikking stellen van goederen.

De programmamakers behouden daarbij steeds hun redactionele onafhankelijkheid.

Tussen 2005 en 2008 kreeg de VRT geen financiële steun van steden of gemeenten voor programma’s. In 2009-2011 ontving de VRT van de steden en gemeenten gemiddeld 287.000 euro per jaar voor citymarketing.

1. Met ‘goede spreiding’ bedoelt de VRT dat alle provincies en regio’s in Vlaanderen aan bod komen in het totale VRT-aanbod.