

Vraag nr. 39
van 21 november 1996
van de heer PIETER HUYBRECHTS

BRTN – Kostprijs VRT-operatie

Over de kostprijs van de naamsverandering van BRTN in VRT bestaat geen eensgezindheid. Volgens gedelegeerd bestuurder van de BRTN Bert De Graeve bedraagt de kostprijs van deze naamsverandering slechts enkele miljoenen. Bepaalde BRTN-personeelsleden betwisten dit en ramen de kostprijs van deze operatie veel hoger.

1. Wat was de kostprijs van de naamsverandering BRT-BRTN ?
2. Wat is de geraamde kostprijs van de naamsverandering BRTN-VRT ?

Antwoord

De openbare omroep deelt mij mee dat de naamsverandering BRT-BRTN werd uitgevoerd binnen de specifieke kredieten die door de BRTN werden uitgetrokken voor een ruimere operatie "huisstijl" die liep over de jaren 1989 tot en met 1992 en die tot doel had een kwaliteitsvol imago op te bouwen, zowel intern als naar de buitenwereld toe.

Als dusdanig waren kosten direct verbonden aan de naamsverandering uiteindelijk beperkt omdat ze pasten in een ruimere operatie. Zo week het aangepaste logo nauwelijks af van het vorige : enkel een "N" werd toegevoegd, met hetzelfde lettertype als in het bestaande logo. Daarom bleven de kosten voor de creatie beperkt tot 200.000 frank. Het wagenpark werd niet herschilderd ; de onderhoudsdiensten van de BRTN hebben de nieuwe strips op de wagens gekleefd. De aanpassing van het logo op papier, kledij, materieel, ... gebeurde progressief bij de vervangingsaankopen.

De kostprijs van de naamsverandering BRTN-VRT is nog niet bekend. Op grond van de kosten voor de creatie van het BRT-logo in 1989, kan de prijs voor de ontwikkeling van een nieuw logo en de uitwerking voor verschillende toepassingen worden geraamd op 3 miljoen frank. Ook bij deze naamsverandering blijft de wijziging aan het wagenpark beperkt tot het aanbrengen van nieuwe stickers en strips, zonder herschildering. Immers, de meeste BRTN-wagens dragen de logo's van de radio- of TV-netten. Dit geldt ook voor het andere productiematerieel.

Enkele uitgaven zijn nodig voor papierbenodigheden, wegaanduidingen, vaandels, enzovoort, voorzover zij betrekking hebben op de corporate. Radio- en TV-netten beschikken over eigen briefpapier, promotiemateriaal en vaandels.