



Vlaams
Parlement

ingediend op **470** (2014-2015) – Nr. 1
15 september 2015 (2014-2015)

Verslag van de hoorzitting

namens de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media
uitgebracht door Manuela Van Werde

over het toezicht van de
Vlaamse Regulator voor de Media (VRM)
op de naleving door de openbare omroep
van de beheersovereenkomst
met de Vlaamse Gemeenschap
en het jaarverslag over 2014 van de VRT

Samenstelling van de commissie:

Voorzitter: de heer Bart Caron.

Vaste leden:

mevrouw Cathy Coudyser, de heer Marius Meremans, mevrouw Ann Soete, de heer Wilfried Vandaele, mevrouw Miranda Van Eetvelde, de heer Herman Wynants;
de dames Caroline Bastiaens, Karin Brouwers, Sabine de Bethune, de heer Joris Poschet;
de heren Lionel Bajart, Jean-Jacques De Gucht;
de dames Yamila Idrissi, Katia Segers;
de heer Bart Caron.

Plaatsvervangers:

mevrouw Kathleen Krekels, de heren Bart Nevens, Ludo Van Campenhout, Karl Vanlouwe, mevrouw Manuela Van Werde, de heer Peter Wouters;
de dames Cindy Franssen, Tinne Rombouts, de heren Koen Van den Heuvel, Johan Verstreken;
de heren Rik Daems, Francesco Vanderjeugd;
de dames Tine Soens, Freya Van den Bossche;
de heer Imade Annouri.

INHOUD

I. VRM-toezicht op de naleving door de openbare omroep van de beheersovereenkomst met de Vlaamse Gemeenschap	4
1. Toelichting	4
2. Bespreking	6
II. Jaarverslag 2014 van de VRT	9
1. Toelichting	9
2. Bespreking	15
Gebruikte afkortingen	24
Bijlagen: zie dossierpagina op www.vlaamsparlement.be	
Bijlage 1: Rapport 2014 – VRM	
Bijlage 2: Jaarverslag 2014 – VRT	

Op donderdag 18 juni 2015 hield de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media een gedachtewisseling over het VRM-toezicht op de naleving door de openbare omroep van de beheersovereenkomst met de Vlaamse Gemeenschap en het jaarverslag over 2014 van de VRT. Samen met haar jaarverslag presenteerde de VRT ook haar visienota met betrekking tot de nieuwe beheersovereenkomst. Het rapport 2014 van VRM en het jaarverslag over 2014 van VRT zijn terug te vinden op de [dossierpagina](#) van dit document op www.vlaamsparlement.be.

I. VRM-toezicht op de naleving door de openbare omroep van de beheersovereenkomst met de Vlaamse Gemeenschap

1. Toelichting

Peter Sourbron, voorzitter van de Algemene Kamer van de VRM: Ik presenteer vandaag de belangrijkste bevindingen uit het toezichtrapport over de naleving van de lopende beheersovereenkomst tussen de Vlaamse Gemeenschap en de openbare omroep. Het rapport heeft betrekking op het werkjaar 2014. Het werd opgesteld in de maand mei en werd bezorgd aan de Vlaamse Regering en aan het parlement.

De VRM gaat in het kader van zijn opdracht na in welke mate de openbare omroep voor 2014 de strategische en operationele doelstellingen uit de lopende beheersovereenkomst heeft nageleefd. Zijn toezicht betreft enkel de inhoudelijke bepalingen van de beheersovereenkomst en is dus niet van financiële of budgettaire aard. Bovendien is het toezicht van de VRM complementair aan dat van de gemeenschapsafgevaardigden in opdracht van de Vlaamse Regering.

De VRM ontvangt geregeld rapporteringen van de VRT die zowel beschrijvend zijn als cijfergegevens bevatten over doelstellingen. De cijfergegevens zijn afkomstig uit de PPM-studie van het CIM en van de studiedienst van de VRT zelf. De gegevens die door de studiedienst van de VRT worden aangeleverd, worden door de VRM bij wijze van steekproef gecontroleerd. Dat is bijvoorbeeld het geval voor het percentage Nederlandstalige muziek en Vlaamse muziekproducties.

De algemene conclusie van het VRM-rapport is dat de VRT het overgrote deel van de gestelde doelstellingen heeft behaald. De openbare omroep krijgt van de VRM dus een goed rapport. Dat rapport is zelfs nog beter dan het goede rapport van het vorige jaar.

Enkele onderdelen van doelstellingen werden evenwel niet bereikt. Dit is ten eerste het geval inzake het beschikbaar stellen van ondertitels voor doven en slechthorenden op andere platformen dan televisie tegen eind 2014. Er is in dat verband wel een stappenplan opgemaakt waardoor in de toekomst de doelstellingen zouden moeten worden gehaald.

Ten tweede stroken de streefcijfers voor bepaalde doelgroepen binnen het personeelsbestand evenmin met de gestelde doelstellingen. Dat is het geval voor personen met een handicap, waar het behaalde resultaat 1,1 percent is in plaats van de in de beheersovereenkomst vooropgestelde 1,5 percent. Het is ook het geval voor de categorie nieuwe Vlamingen. Daar heeft men een resultaat van 2,6 percent in plaats van de vooropgestelde 4 percent. De doelstelling voor vrouwen wordt bijna behaald, namelijk 39,1 percent, terwijl het 40 percent had moeten zijn. Ten slotte wordt er op de doelstelling 'vrouwen in het management' 24,4 percent behaald in plaats van de vooropgestelde 33 percent.

Ten derde kon door problemen met de CIM-internetstudie voor het tweede jaar op rij niet worden bewezen in welke mate de Vlaamse surfers afdoende werden bereikt. Dit euvel werd reeds over het werkjaar 2013 gerapporteerd.

We gaan dieper in op enkele concrete doelstellingen. In de eerste plaats staan we stil bij de doelstellingen voor aanbod en bereik. De VRT heeft zowel doelstellingen voor het volledige aanbod als voor elk van de verschillende media. De beheersovereenkomst stelt dat de openbare omroep met het volledige aanbod op maandbasis 90 percent van de bevolking moet bereiken. Uit de cijfers blijkt dat de VRT in 2014 maandelijks gemiddeld 96,5 percent van de bevolking heeft bereikt. Men kan zeggen dat de gestelde doelstellingen op dat vlak ruimschoots werden overschreden.

Radio dan. De openbare omroep moet op weekbasis minstens 70 percent van de Vlaamse radioluisteraars bereiken en 60 percent binnen de verschillende doelgroepen, die zijn onderverdeeld op basis van leeftijd, geslacht en opleidingsniveau. De VRT blijkt ook deze doelstellingen ruim te behalen. De openbare omroep bereikte in 2014 wekelijks 78,2 percent van de Vlaamse radioluisteraars. Bij de verschillende doelgroepen werden de doelstellingen eveneens behaald.

Met haar televisieaanbod moet de VRT op weekbasis minstens 75 percent van de Vlaamse televisiekijkers bereiken. Ook hier bestaat een verdere opdeling naargelang de verschillende doelgroepen. Op basis van de gerapporteerde cijfers blijkt dat de VRT in 2014 op weekbasis 88,4 percent van de Vlaamse televisiekijkers heeft bereikt. Voor elke onderscheiden doelgroep werd de doelstelling behaald.

Zoals reeds gezegd, kan met betrekking tot het onlineaanbod niet worden bepaald of de VRT de doelstellingen al dan niet heeft bereikt, en dit wegens technische problemen, voor het tweede jaar op rij.

Voorts zijn in de beheersovereenkomst meerdere doelstellingen opgenomen met betrekking tot Vlaamse producties en Nederlandstalige muziek. Zo moet 25 percent van de muziektijd op de radio uit Vlaamse muziekproducties bestaan. Op Radio 2 gaat het over 30 percent van de muziektijd. Op Radio 1 ligt dit percentage lager, namelijk op 15. Voor 2014 blijkt dat alle radionetten samen 25,8 percent van hun muziektijd hebben besteed aan Vlaamse producties. Op Radio 2 was het aandeel 31,1 percent en op Radio 1 15,8 percent. Het behaalde resultaat ligt daar telkens iets hoger dan de beheersovereenkomst oplegt.

Andere doelstellingen uit de beheersovereenkomst gaan over het nieuwsaanbod. Zo stelt de beheersovereenkomst bijvoorbeeld dat de VRT met haar nieuwsaanbod op de radio dagelijks 80 percent van de luisteraars moet bereiken. Met journaal en duiding op televisie moet de VRT dagelijks 60 percent van de VRT-kijkers bereiken. Ook hier alleen maar goed nieuws, want de doelstellingen worden ruimschoots gehaald. Met nieuws op de radio bereikt de VRT dagelijks 95 percent van de VRT-luisteraars en met journaal en duiding op het VRT-televisiekanaal 70,6 percent van de VRT-kijkers.

Een ander luik uit de beheersovereenkomst legt doelstellingen op met betrekking tot educatie, met een bijzondere focus op mediawijsheid. De VRT komt deze doelstellingen na. De VRT heeft met een gevarieerd gamma aan educatieve programma's in 2014 op weekbasis gemiddeld 33,2 percent van de Vlamingen bereikt, meer dus dan de doelstelling van 25 percent.

In het actieplan Mediawijsheid zijn er acties gepland op drie vlakken: aandacht voor mediawijsheid in de algemene programmering, samenwerken met belanghebbenden inzake mediawijsheid en ten slotte participatieve acties voor bepaalde doelgroepen, onderverdeeld in kinderen, jongeren en zogenaamde digitale inwijkelingen. Tot slot vermeld ik nog dat in 2014 drie participatieve projecten voor kinderen werden opgezet en vijf voor jongeren, die hierdoor kansen hebben gekregen om mediakennis op te doen en zelfs om mee media te maken.

In de beheersovereenkomst wordt gesteld dat de VRT over een sterk intern productiehuis moet beschikken en tegelijk moet bijdragen tot een sterke Vlaamse audiovisuele productiesector. Hieronder valt onder meer de doelstelling dat nieuws- en duidingsprogramma's steeds intern moeten worden geproduceerd. Voor het jaar 2014 is dat gebeurd. Ook zegt de beheersovereenkomst dat radioprogramma's voor minstens 90 percent intern moeten worden geproduceerd. In 2014 werden alle radioprogramma's nog steeds intern bij de openbare omroep geproduceerd. Minstens 25 percent van de televisieprogramma's moet via externe productie gebeuren. In 2014 lag het percentage van de externe productie door Vlaamse onafhankelijke productiehuisen ongeveer 5 percent hoger, namelijk op 30,7 percent.

De lopende beheersovereenkomst verbiedt de VRT om exclusiviteitscontracten af te sluiten met productiehuisen. Dit verbod werd in 2014 nageleefd. Weliswaar heeft de VRT met zeven productiehuisen preferentiële partnerschappen, maar dat zijn geen exclusieve overeenkomsten. Het gaat om langdurige overeenkomsten zonder een bepaling dat er niet voor andere omroepen mag worden geproduceerd.

In 2014 werden er samen met het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF) twintig coproducties opgezet met externe productiehuisen rond fictie, documentaire en animatie.

Met betrekking tot de productiestrategie staat er in de beheersovereenkomst dat de VRT dient bij te dragen tot de uitstraling van de Vlaamse identiteit. Hiervoor moeten de Vlaamse televisieproducties en coproducties 65 percent bedragen van de totale output tussen 18 en 23 uur. Het behaalde percentage bedraagt 72,9 percent. Hier is de doelstelling dus ook ruimschoots behaald.

Ik kom tot de doelstellingen inzake creativiteit en efficiëntie, die moeten waarborgen dat de samenstelling van het personeelsbestand van de VRT in lijn ligt met de bestaande Vlaamse maatschappelijke diversiteit. Het werd reeds bij het begin van deze uitzetting aangehaald: hier werden bepaalde doelstellingen niet gehaald. Het behaalde cijfer voor personeelsleden met een handicap bedroeg 1,1 percent, terwijl het 1,5 percent moest zijn. Het streefcijfer voor personeelsleden uit de groep van de nieuwe Vlamingen bedroeg 4 percent. In werkelijkheid heeft men in 2014 2,6 percent behaald, dus iets meer dan de helft van de vooropgestelde doelstelling. Ook wat de streefcijfers voor vrouwen betreft, moeten er nog enkele stappen worden genomen. Wat betreft vrouwen in het algemeen bedroeg het streefcijfer 40 percent, voor vrouwen in het management was dat 33 percent. In de twee gevallen werd de doelstelling niet gehaald: 39,1 percent voor het totale personeelsbestand en 24,4 percent wat betreft het management.

Tot slot wil ik verwijzen naar een aanbeveling die de VRM reeds enkele jaren in zijn jaarverslag meegeeft, namelijk de verdere uitbouw van een permanent meetsysteem. Ik weet dat de VRT daarin de afgelopen jaren heeft geïnvesteerd en dat het systeem alsmaar performanter wordt, zodat in de loop van het jaar kan worden gedetecteerd waar men staat met het behalen van de doelstelling en men eventueel nog kan bijsturen.

2. Bespreking

Katia Segers: Bij de resultaten inzake mediawijsheid had u het over de participatieve projecten, waarin kinderen en jongeren de kans krijgen om mediakennis op te doen. Ik heb het vermoeden dat die vooral op OP12 voorkwamen, dat intussen is verdwenen. De vraag voor de VRT luidt dus: hoe kun je dat blijven realiseren zonder het derde net?

30,7 percent werd extern geproduceerd bij onafhankelijke Vlaamse productiehuisen. Is die 30,7 percent het aandeel aan bestelde programma's of het aandeel van het daaraan bestede geld?

Joris Poschet: De VRT krijgt een mooi rapport, zelfs nog beter dan vorig jaar. De VRT moet daar dan ook om worden gefeliciteerd.

Maar zoals steeds is de tragiek van een goed rapport dat men kijkt wat de slechtste punten zijn. Er is een tekort binnen de diversiteit van het personeelsbestand. Ik ga ervan uit dat 'nieuwe Vlaming' wordt gedefinieerd binnen de algemene Vlaamse definitie, namelijk dat een grootouder in het buitenland is geboren.

U hebt een voorstel om een permanent meetsysteem op te zetten. Hoe ziet u dat concreet? De VRT werkt hier blijkbaar al aan. Moeten hiervoor bijkomende bepalingen in het nieuwe beheerscontract worden opgenomen?

Voorts heb ik nog een kleine bezorgdheid over het internetbereik. U hebt gezegd dat het voor het tweede jaar niet kon worden berekend. Zijn die technische problemen intussen opgelost? Hoe kan hieraan worden verholpen?

Lionel Bajart: De VRM stelt voor om het permanente meetsysteem verder uit te bouwen en zo te vermijden dat bepaalde doelstellingen net niet gehaald worden. Hoe ziet u dat en in welke mate bestaat dit nu misschien al? Beschouwt u dit louter als een taak van de VRT of zou de VRM ook permanent meer willen meten?

Er gaan stemmen op om de logica van de beheersovereenkomst te veranderen naar: 'wat niet is toegelaten, is verboden'. Het is natuurlijk aan de politiek om die keuze te maken. Maar zou dit voor de VRM het toezicht makkelijker of net moeilijker maken?

Tijdens de hoorzittingen naar aanleiding van de nieuwe beheersovereenkomst (*Parl.St.* VI.Parl. 2014-15, nr. 418/1) hebben we regelmatig gesproken over andere indicatoren dan de kijk- en bereikcijfers. We hadden het ook over kwalitatieve indicatoren. Hoe staat u daartegenover?

Wilfried Vandaele: Het is een heel goed rapport: een pluimpje voor de mensen van de VRT. Als VRM kunt u alleen meten en rapporteren, en dat doet u voortreffelijk. Het zal voor de VRT een handig instrument zijn, maar het is ook voor ons als parlement bijzonder nuttig om de vinger aan de pols te houden en om na te gaan of de beheersovereenkomst correct wordt ingevuld. Dank daarvoor.

We kunnen alleen maar vaststellen dat de meeste doelen gehaald worden, uitgezonderd de personeelsdoelstellingen voor personen met een handicap, nieuwe Vlamingen en dames. Hoe dat komt en of er iets aan kan worden gedaan, moeten we straks aan de VRT vragen bij de bespreking van het jaarverslag.

Ik sluit me aan bij de veeleer technische vraag van de heer Poschet. De ondertitels voor doven en slechthorenden en de toegankelijkheid in het algemeen houden ons immers bijzonder bezig. We vragen ons af wanneer we dat ook op het internet kunnen doen. U zegt dat u dat nog niet kunt meten, en dat het technisch nog niet mogelijk is. Kunt u daar iets meer over zeggen? Hoe zou het dan wel kunnen in de toekomst? Of moeten we dat straks ook aan de VRT vragen?

Peter Sourbron: Algemeen wil ik antwoorden dat de VRM alleen rapporteert en niet meer dan dat. Zelfs indien we in de loop van het jaar zouden vaststellen dat de VRT bepaalde doelstellingen flagrant niet zou halen – wat overigens niet het geval is – zouden we niets kunnen doen. We zouden dit alleen op het eind van het jaar kunnen rapporteren, maar niet kunnen ingrijpen.

Als het een beleidskeuze zou zijn om de VRM die rol toe te bedelen, dan moet u dat doen, maar op dit moment is er geen enkele juridische basis voor. Ik moet toevoegen dat we er bij de VRM niet onmiddellijk vragende partij voor zijn. We stellen immers vast dat de VRT de afgelopen jaren heel goed meewerkt wat betreft de rapportageplicht. Bovendien blijkt ook telkens dat het merendeel van de doelstellingen wordt gehaald. Ze worden zelfs elk jaar beter. Vanuit de VRM durf ik zelfs te zeggen dat we het vertrouwen geven aan de openbare omroep en dat we op dit vlak geen overregulering willen.

Mevrouw Segers, voor het antwoord op uw vraag over de mediawijsheid moet ik verwijzen naar de pagina's 85 en 86 van het rapport. Daaruit blijkt dat het niet alleen gaat over uitzendingen op OP12. Het wegvallen van OP12 zal een probleem opleveren op dit vlak, maar niet alles valt erdoor weg.

Wat betreft de externe producties, heeft de 30,7 percent wel degelijk betrekking op het budget. Dat is ook te vinden op pagina 90 van het rapport.

Met het oog op de doelgroepen, onder meer vrouwen, heeft de VRT een stappenplan uitgewerkt, en dat werpt elk jaar betere resultaten af. Ik geef toe dat het misschien wat traag gaat, maar ik heb goede hoop dat de doelstellingen binnen afzienbare tijd worden gehaald. Daar het om een personeelsaangelegenheid gaat, denk ik niet dat de VRT over de nodige flexibiliteit beschikt om onmiddellijk maatregelen te nemen om die doelstellingen te behalen. Dat vraagt tijd, en daar heeft de VRM begrip voor, temeer daar de VRT zich heeft geëngageerd voor een concreet stappenplan.

Ik kom tot de uitbouw van het meetsysteem. Er bestaat al een meetsysteem binnen de openbare omroep. De eerste jaren dat er toezicht was van de VRM, verliepen de contacten wat moeilijk, maar de afgelopen jaren verlopen ze heel vlot, onder meer doordat de VRT de aanbeveling al ter harte heeft genomen. Indien het nog beter kan worden uitgebouwd, wil ik voorstellen dat u de vraag stelt aan de vertegenwoordigers van de VRT. Alleszins is de VRM geen vragende partij om zelf te meten, zeker omdat ze daarvoor niet over voldoende personeel beschikt. Indien het beleid ons die opdracht zou geven, zouden daar heel wat middelen tegenover moeten staan.

Een invoering van kwalitatieve indicatoren is een politieke keuze, maar maakt de controle veel moeilijker dan de naakte cijfers die ik vandaag geef. Ik zou u willen vragen om daarmee rekening te houden en in te calculeren dat het een stevige investering vergt.

Manuela Van Werde: Op pagina 7, bij de resultaten, zegt u dat nieuws- en duidingsprogramma's steeds intern geproduceerd worden. Ik vraag mij daarbij af wat u verstaat onder produceren. Worden de aangekochte reportages van bijvoorbeeld Panorama en Vranckx daar ook toe gerekend? Ze zijn niet zelf gemaakt, ze werden niet zelf gedraaid en er is geen eigen redactie voor.

Peter Sourbron: De aankoop in een programma dat zelf wordt gemaakt, is intern. Extern betekent: gemaakt door externe productiehuizen. Panorama wordt intern geproduceerd.

II. Jaarverslag 2014 van de VRT

1. Toelichting

Luc Van den Brande, voorzitter van de raad van bestuur van de VRT: Het is natuurlijk een voorrecht om het jaarverslag in primeur in het parlement te mogen brengen. Dat is niet altijd zo geweest, maar ondertussen wil de traditie dat we het eerst aan het parlement meedelen en pas dan aan de pers. Zo hoort het ook.

Vandaag hebben we het tegelijk over het jaarverslag van 2014 en over de visienota met betrekking tot de toekomst in het licht van de – vervroegde – nieuwe beheers-overeenkomst (*Parl.St.* VI.Parl. 2014-15, nr. 418/1).

Zoals de Nederlanders zeggen, heeft elk nadeel zijn voordeel. Misschien kan uit het jaarverslag blijken dat – zoals de VRM heeft vastgesteld – de VRT het uitermate goed heeft gedaan, wat nog niet betekent dat alles altijd perfect was. Bescheidenheid siert de wijze. Een Franse filosoof heeft daaraan toegevoegd dat het zelfs niet volstaat om bescheiden te zijn, maar dat men discreet bescheiden moet zijn. Dat is nu een moeilijkheid waar ik voor sta, want ik moet toch enkele dingen aanhalen die in het verlengde liggen van de vaststellingen van de VRM.

Zonder te veel cijfers te geven, toch het volgende. 96,5 percent van de Vlamingen werd bereikt, dat wil zeggen dagelijks 3 miljoen luisteraars, 3 miljoen kijkers en 700.000 surfers. In het licht van de maatschappelijke en democratische opdracht van de openbare omroep beklemtoon ik dat de VRT in de verkiezingstijd voor heel veel kijkers en luisteraars als referentie gold.

Cijfers zijn natuurlijk één zaak, waardering is nog veel belangrijker. We stellen vast dat ruim 80 percent van de kijkers en luisteraars een heel positieve waardering heeft voor de VRT.

We doen dit afgerond met een bedrag van 45 euro per Vlaming. Er kan over worden gediscussieerd of dat in de Europese ranking veel of weinig is. Uit vergelijkingen met andere openbare omroepen blijkt dat dit bedrag aan de lage kant is. De verwezenlijkingen en goede waardering verhouden zich gunstig tot de kostprijs.

Ik blik even terug op de tweede helft van de jaren negentig. De VRT had toen een aandeel van 19 percent. Haar relevantie werd daardoor in vraag gesteld. Nu bevinden we ons in de merkwaardige situatie dat té relevant zijn als een probleem wordt ervaren. Begrijp wie het kan. In de tweede helft van de jaren negentig heb ik als minister-president via maxi- en minidecreten ingegrepen. Dat was toen hard nodig met het oog op niet alleen de cijfers maar vooral de relevantie.

Ongeacht de invalshoek is een sterke openbare omroep een bepalend element voor democratie en samenleving. Buitenlandse ervaringen tonen dat belang aan. Ik zou kunnen verwijzen naar de Russische Federatie of naar Turkije. Met de Raad van Europa als referentie voor ons algemeen mediabeleid stellen we een absolute correlatie tussen het democratisch gehalte en de sterkte van de openbare omroep vast.

Niet alleen hebben we die democratische en maatschappelijke opdracht, we moeten in zekere zin ook tot het leven van de gemeenschap kunnen behoren. Naast het belang van cijfers en waardering moet de VRT dus in de juiste mate mee vormgeven aan de eigen Vlaamse samenleving en identiteit.

Heel belangrijk is dan ook onze opdracht om ons te onderscheiden, waar we uitgebreid op zullen ingaan als we het over onze visienota hebben. Het gaat om een

onderscheiden aanbod aan informatie, cultuur en educatie, maar ook ontspanning. Dat blijkt ook uit het jaarverslag.

We moeten ons niet alleen richten op het aandeel. Het bereik is belangrijk. Iedereen moet zich dus kunnen herkennen in de VRT en de VRT moet iedereen erkennen. Dat is de tweevoudige benadering bij de twee dimensies die voorliggen, die samen te maken hebben met publieke meerwaarde voor de Vlaamse samenleving.

De cijfers in het jaarverslag zijn duidelijk. Eerst en vooral moeten we dat bereiken met onafhankelijke, betrouwbare, onpartijdige en waarheidsgetrouwe informatie. Zoals met de commissie was afgesproken, zullen we op een later moment het onderzoek naar onpartijdigheid en pluralisme op de openbare omroep voorstellen, gekoppeld aan een actieplan.

Er zijn twee belangrijke punten in het jaarverslag: meerwaarde en trust. Een openbare omroep kan niet behoorlijk functioneren wanneer ze het vertrouwen van de mensen niet heeft. Dat is niet alleen zo omdat we twee derde van onze middelen uit publieke middelen halen, maar gewoonweg omdat het sociaal kapitaal in een samenleving van uitermate groot belang is.

Onze gemeenschap is niet besloten, maar open op de wereld. Dat blijkt ook uit het jaarverslag. De culturele identiteit in verscheidenheid is essentieel. Daarom hebben we veel aandacht besteed, en moeten we er nog meer besteden, aan culturele evenementen, aan wat verbindend werkt. We mogen stellen dat we in wezen de grootste cultuurproducent van Vlaanderen zijn. We mogen niet vergeten dat meer dan 70 percent van de televisieproducties in primetime 'made in Flanders' is, een heel hoog percentage.

Natuurlijk zoeken we ook meerwaarde op het vlak van innovatie, in de ontwikkeling van nieuwe toepassingen. De VRT lag tien jaar geleden aan de basis van de uitrol van digitale televisie. Ik zeg dit hier overigens exact 85 jaar na de oprichting van het NIR. We hebben een bijdrage geleverd aan het uittesten, opzoeken en detecteren van nieuwe instrumenten. We leven in een nieuwe mediacontext en sommige traditionele modellen komen op de helling te staan. Het afgelopen jaar was de boodschap dan ook dat we ons niet mogen vergissen van vijand, want anders komen we in een vreemde oorlog terecht, waar groepen elkaar bekampen in plaats van hun gezamenlijke belang in de strijd met externe uitdagers voor ogen te hebben. De internationalisering is een heel belangrijk gegeven.

In 2014 hebben we in een vrij strikte budgettaire context moeten handelen. Geen geklaag, en leuk is iets anders, maar als er zuinig moet worden gehandeld, dan moet de VRT dat ook doen. Men vergeet allicht iets te makkelijk dat dat de voorbije vijf jaar ook al is gebeurd. De grote besparingsoefening van 65 miljoen euro waartoe in 2010-2011 is beslist in het kader van een veel bredere besparingsoperatie van 101 miljoen euro, is uitgevoerd. Dit heeft natuurlijk gevolgen in de tabellen en dus in onze middelen.

Dergelijke inspanningen zijn alleen mogelijk mits het behoud van het vertrouwen van de eigen mensen. De medewerkers hebben heel erg bijgedragen en zijn gemotiveerd om zich te identificeren met de opdracht van een solide openbare omroep. In alle bescheidenheid kunnen we zeggen dat 2014 een goed jaar is geweest op het vlak van performantie. Dat is te danken aan alle mensen die zich daarvoor hebben ingezet. Misschien is de relevante vraag: "what's the problem?". Is er wel een probleem met de openbare omroep? Natuurlijk moeten er bijstellingen gebeuren, natuurlijk moeten sommige dingen wat in een ander perspectief worden gezet. Maar het antwoord zou kunnen zijn: "it's the VRT, stupid".

Samengevat moeten we behouden wat goed was, verbeteren wat beter kan en daarmee een sterke omroep op zijn vijf essentiële pijlers overeind houden: informatie, educatie, cultuur, kwalitatieve ontspanning en sport.

Leo Hellemans, gedelegeerd bestuurder van de VRT: We hebben een goed rapport: een groot bereik, goede waardering, grote evenementen – verkiezingen, wereldbeker voetbal –, een kwaliteitsvol jaar met een digitale sprong voorwaarts en de financiën waren in orde. De VRT bereikt met de verschillende media 96,5 percent van alle Vlamingen op maandbasis.

Voor de radio bedroeg het bereik op weekbasis 78,2 percent, een lichte daling. Het bereik van radio is nochtans formidabel: per dag 2,9 miljoen luisteraars die gemiddeld meer dan vier uur luisteren. Dat bereik blijft stabiel. Radio is een medium dat al vaak is afgeschreven, maar meer dan ooit springlevend is. Het marktaandeel is op 60 percent gebleven.

Het bereik van de televisiekanalen voor VRT is op weekbasis bijna 90 percent. Het marktaandeel schommelt rond 40 percent, vergelijkbaar met 2013. Per dag kijken 2,9 miljoen Vlamingen gedurende gemiddeld bijna twee uur televisie.

Wat ook opvalt, is dat men vorig jaar nog vooral live keek. Er is een mediagedragsverandering, maar voor de grote netten en zeker voor Eén is het live kijken nog goed voor 95 percent. Het uitgesteld kijken schommelt tussen 5 en 6 percent. Bij Ketnet is dat enigszins anders, daar is het mediagedrag online heel wat gestegen.

In de beheersovereenkomst staat dat we 40 percent van de Vlaamse surfers moeten bereiken. We hebben daarover geen CIM-cijfers. Het CIM geeft cijfers voor radio en televisie, maar wegens technische problemen zijn ze er voor de surfers op het onlineaanbod nog niet uitgeraakt. Wij meten wel de unieke bezoekers. Dat zijn absolute cijfers, geen relatieve. Het gaat over 735.000 bezoekers per dag, een toename met 25 percent op één jaar, en een verdubbeling op vier jaar tijd. Vooral het grotere succes van deredactie.be en sporza.be liggen aan de basis. De innovatieve app van Sporza had een belangrijk aandeel ten tijde van de wereldbeker voetbal.

Ook het aandeel van het mobiel aanbod is stijgende. De laptop is goed voor ongeveer 60 percent van de surfers, maar een kwart van de surfers bereikt de sites nu al mobiel, al dan niet via een app. Het is dus belangrijk om te investeren in mobiele applicaties om het bereik van en de relatie met de Vlamingen te behouden.

Het bereik van nieuws en info is 70 percent. We hebben 2 miljoen kijkers per dag voor de nieuwsuitzendingen. Voor de radio is dat 95 percent. Radio is zeer constant gebleven. We zetten ook in op gedifferentieerd nieuws op de netten. We bereiken met die nieuwsuitzendingen op de radio 2,7 miljoen Vlamingen per dag.

Het bereik van cultuur kent een lichte daling ten opzichte van 2013, maar is goed ten opzichte van de jaren daarvoor. 2013 was dan ook een uitzondering, met de komst van Vier. We hebben toen ingezet op nogal wat fictiereeksen. Bij de performantienorm cultuur zit ook de kwalitatief hoogstaande Vlaamse fictie. In 2013 waren er onder meer Salamander, Eigen Kweek, Wolven en de eerste reeks van De Ridder. Vandaar een uitzonderlijk jaar voor het percentage cultuur.

Voor het weekbereik van educatie is er een lichte daling. Alles heeft natuurlijk een uitleg. In de zomer hebben we heel veel sport uitgezonden, met de wereldbeker voetbal, waardoor veel normale programmatie niet is uitgezonden. In januari en februari waren er bovendien ook nog de Olympische Winterspelen.

Peter Claes, algemeen directeur Media en Productie van de VRT: Er is een diversiteitscharter 'Iedereen verschillend, Iedereen welkom!'. In 2012 is dat dankzij een goede samenwerking met vele belangenverenigingen geactualiseerd. Het charter is geleidelijk geïntroduceerd bij onze programmamakers.

In 2014 zien veel programmamakers diversiteit niet meer als een verplichting, maar als een opportuniteit om op een creatieve en verrijkende manier aanbod te brengen. Een voorbeeld is Iedereen beroemd, het kleine nieuws elke avond op Eén, waarin een weerspiegeling van heel Vlaanderen te zien is. Boris en Binti op Ketnet is een kleine animatiereeks waarin een Oost-Europese jongen en een Afrikaans meisje in een zeer toegankelijke taal kinderen én ouders aanspreken, die op die manier ook Nederlands kunnen leren.

Voor slechtzienden doen we aan audiodescriptie. Een vertelstem legt uit wat er precies te zien is. Er zijn drie fictiereeksen met audiodescriptie: De Ridder, Vriendinnen en In Vlaamse velden. Voor de slechthorenden wordt op dit moment 97,3 percent van de programma's ondertiteld. De norm is 95 percent. Voor informatieprogramma's bereiken we 100 percent. De Vlaamse Gebarentaal wordt gebruikt bij Karrewiet, Het Journaal en de intrede van de Sint.

Voor kinderen heeft Ketnet de fictiereeks D5R gemaakt. De makers hebben een beroep gedaan op de expertise van de Jongerentelefoon om te weten welke thema's bij jongeren leven. Er was ook online aandacht voor die thema's. Wat opviel, was dat de fictiereeks meer online werd bekeken dan op televisie.

De jongerennetten Studio Brussel en MNM doen het zeer goed op de radio, maar hebben ook aandacht voor sociale media en internet. Ze gaan de plicht om te informeren niet uit de weg. Ninjanieuws is een format om ernstig nieuws op een vlotte manier digitaal te brengen. Het is een concept, ontwikkeld door de VRT-start-up en vorig jaar overgenomen door MNM. We hanteren sociale media dus ook voor informatie.

Leo Hellemans: We zijn onderscheidend in informatie. Het informatieaanbod van de VRT is zoveel groter en diverser dan dat van de privéomroepen. Dat op zich maakt ons al onderscheidend. De VRT-nieuwsdienst maakt twaalf informatieprogramma's voor televisie alleen. Geen enkele privéomroep investeert zoveel in nieuws, duiding en context.

De verkiezingen kwamen op alle netten en alle platformen aan bod. We hebben vorig jaar ook resoluut gekozen voor inhoud en niet voor human interest. Onderzoeksjournalistiek krijgt een groter aandeel met meer Panorama's van eigen makelij.

Vorig jaar hebben we de nieuwsuitzendingen sterk gediversifieerd en aangepast aan de behoeften van elk radionet. We hadden vastgesteld dat de luisteraars wegzapten van nieuwsuitzendingen op Studio Brussel en MNM. Zonder de inhoud te verloochenen hebben we de vormgeving en de stijl aangepast aan de verschillende netten. Dat heeft succes. We bereiken per dag gemiddeld 2,12 miljoen mensen voor de nieuwsprogramma's. Voor radio hebben we met die gediversifieerde aanpak duidelijk verschillende getallen op de verschillende netten. Via MNM met 545.000 en Studio Brussel met 638.000 luisteraars voor nieuwsbulletins bereiken we toch heel gemakkelijk de jongeren.

Peter Claes: In 2014 was er veel cultuur op de VRT, zowel verbredend als verdiepend. Ik licht er twee zaken uit. 'Iedereen Klassiek' van Klara in het Concertgebouw Brugge was een succes vanuit de missie van Klara om klassieke muziek te brengen naar alle groepen in de samenleving, met een zeer grote opkomst. Ook online leefde dat heel sterk. Bij Canvas heeft men veel aandacht besteed aan stadsont-

wikkeling. We hadden Atelier de Stad en Week van de Stad, in samenwerking met vijf steden en verschillende cultuurhuizen uit die steden.

Zoals de VRM al aangaf, werd de muziektijd van onze netten voor 25,8 percent besteed aan Vlaamse producties. De norm voor Nederlandstalige muziek op Radio 1 was 15 percent. We halen 15,8 percent. Voor Radio 2 was de norm 30 percent en halen we 31,1 percent.

Muziek gaat niet over cijfers of de playlist alleen: er worden ook inspanningen gedaan om de beleving te versterken. Ik wijs op de diversiteit. De playlist van MNM heeft dubbel zoveel nummers als de gemiddelde playlist van een ander hitstation.

Leo Hellemans: Wat het onderscheidende aanbod in de sport betreft, hebben we ten eerste de grote evenementen. Dat danken we mede aan de stakeholders van de Vlaamse overheid, die met het Evenementendecreet bepaalt dat grote sportwedstrijden te zien moeten zijn op open net, niet betalend en universeel bereikbaar. Dat is onder meer het geval voor het wereldkampioenschap voetbal, een heel groot evenement dat op de VRT te zien was.

We hebben ook veel aandacht voor kleine sporten. Dat wordt soms vergeten. We hebben de hele campagne gevolgd in het hockey. Er waren de Olympische Winterspelen. We zenden op vraag van de Vlaamse ploegen nogal wat volleybalwedstrijden uit, omdat ze zonder host broadcaster niet in de Champions League mogen spelen.

Er wordt dikwijls gesproken over dure sportrechten. Sportrechten zijn inderdaad duur, maar we besparen erop. Dat wordt er meestal niet bij gezegd. De sportredactie weet dat maar al te goed en zegt het dikwijls genoeg tegen de directie. Er is een verschil tussen de even en de oneven jaren, omdat er tijdens de even jaren grote evenementen zijn en tijdens de oneven jaren niet. Zowel bij de even als de oneven jaren is er een duidelijke daling van 20 tot 45 percent.

Peter Claes: Er zijn talloze initiatieven voor educatie en mediawijsheid. Wat eruit sprong, was Vet op het Net! op ketnet.be in samenwerking met Mediawijs, het Vlaamse Kenniscentrum voor Mediawijsheid. Daar leren we kinderen hoe ze kunnen omgaan met het internet en de sociale media.

Acties met een maatschappelijke meerwaarde gebeuren op al onze radio- en tv-netten. Radio 2 heeft een hele dag aandacht besteed aan stroom. MNM had De Strafst School. Music for Life op Studio Brussel was een enorm succes. Het was al de negende editie, maar toch was er weer een hogere opkomst. Move tegen Pesten op Ketnet is een voorbeeld van een gezamenlijke actie van een VRT-net en verschillende verenigingen om bepaalde thema's op de kaart te zetten.

Er gebeuren samenwerkingen in vier domeinen. We promoten cultuurinstellingen en sluiten er ruilovereenkomsten mee af. We werken samen met actoren uit onderwijs, onderzoek en innovatie, en met andere mediabedrijven. We werken in een ecosysteem en willen samen met hen de ontwikkelingen in de media vooruitsturen.

Ik geef enkele cijfers uit het productiebeleid. Voor het aandeel van de Vlaamse tv-producties is de norm 65 percent en halen we 72,9 percent. Het aandeel van de externe Vlaamse productiehuisen is 30,7 percent.

Leo Hellemans: Kwaliteit is een van de belangrijkste begrippen voor een openbare omroep, en niet altijd gemakkelijk te definiëren. De laatste jaren zijn we geëvolueerd naar een uniek geïntegreerd kwaliteitssysteem. Kwaliteit wordt gemeten, zoveel mogelijk geïntegreerd en gerapporteerd aan programmamakers

en netverantwoordelijken, verantwoordelijken voor productie en media, de nieuwsdienst en de sportdienst.

We hebben drie begrippen gedefinieerd voor kwaliteit: functionele kwaliteit, publieke meerwaarde en operationele kwaliteit. De functionele kwaliteit verwijst naar de klassieke metingen: kijkcijfers, luistercijfers en waarderingen van het CIM. De operationele kwaliteit gaat over kostprijs, efficiëntie en effectiviteit. Ziet het programma er goed uit en is het goed gemaakt? Belangrijk voor de openbare omroep, maar misschien niet altijd het gemakkelijkst te meten, is de publieke meerwaarde. Zijn we voldoende betrouwbaar? Is er een maatschappelijke impact? Is het aanbod onderscheidend en innovatief? Is er een Vlaamse verankering? Zetten we voldoende in op diversiteit?

Dat meten we op allerlei manieren. De waardering per net ligt momenteel gemiddeld op ongeveer 8 op 10. Dat is een waardering van de waarderingsmonitor, die we dagelijks uitsturen naar de verschillende testpanels.

Uiteraard zetten we in op deontologie en beroepsethiek. Op de hele nieuwsdienst en ver daarbuiten zijn medewerkers doordrongen van het bestaan van een deontologische code. Die wordt ook actief gebruikt. Er is een deontologische adviesraad, die informele adviezen geeft naar aanleiding van vragen en formele adviezen bij klachten. Die raad is permanent ter beschikking, 24 uur op 24. We geven ook veel opleidingen en doen acties voor de journalisten van de VRT.

Enkele jaren geleden hebben we gezegd dat deontologie niet enkel een kwestie is van de nieuwsdienst, maar van de hele VRT en van alle programmamakers. Er is een programmacharter opgesteld, dat uiteraard gelijkloopt met de deontologische code, maar iets ruimer is. Onpartijdigheid geldt uiterst strikt voor de journalisten van de nieuwsdienst, maar iets minder strikt voor de sportverslaggevers bijvoorbeeld. Er zitten nuances in. Je kunt ook niet voor 100 percent onpartijdig zijn in een consumentenprogramma, waarin je toch veeleer de kant van de consument kiest.

Op basis van voorbeelden uit het buitenland – vooral de BBC – is het programmacharter uitgeschreven. De programmacharterraad bestaat uit vertegenwoordigers uit het hele huis. Er is een manager beroepsethiek. Er zijn heel veel informele adviesvragen. Het belangrijkste is dat het werkt: het is geen dode letter, het is geen structuur die erbij is gezet. Het is absoluut de gewoonte van programmamakers dat ze informeel advies vragen over de opportuniteit om bepaalde polemische zaken in een programma te brengen.

Er zijn ook beroepsethische opleidingen en sensibilisering. Er zijn nieuwe richtlijnen uitgevoerd, bijvoorbeeld het label 12+. Er is een algemeen wedstrijdreglement opgesteld, omdat er klachten waren dat we losjes omgingen met wedstrijden en daaraan verbonden prijzen. Voorts worden de verdoken snelheidscontroles niet meer omgeroepen. Er is ook een richtlijn voor drones. Het ethische aspect werkt en leeft bij de VRT.

Sophie Cooreman, algemeen directeur Financiën van de VRT: Ik geef enkele financiële cijfers. Volgens de beheersovereenkomst moesten wij een resultaat halen van min 6,5 miljoen euro. Dat is een negatief resultaat, onder andere omdat 2014 een even jaar was. Zoals Leo Hellems aangaf, hebben we in de even jaren de grote sportevenementen, en in 2014 hadden we ook de verkiezingen. In de beheersovereenkomst staat dat we in de even jaren een tekort mogen hebben, dat we moeten opvangen met een overschot in de oneven jaren. Voor 2014 was het resultaat min 3,7 miljoen euro, dus 2,8 miljoen euro beter dan bepaald in de beheersovereenkomst.

Ik vergelijk de opbrengsten of financieringspijlers van 2014 met die van 2013. Onze opbrengsten in 2014 bedroegen 454,4 miljoen euro, een stijging met 5,5 miljoen euro of 1,2 percent ten opzichte van 2013. Onze opbrengsten zijn opgedeeld in acht pijlers. De eerste heeft te maken met de overheidsfinanciering, de andere zeven zijn onze eigen inkomsten. De overheidsfinanciering is ten opzichte van 2013 gedaald met 3,7 miljoen euro, maar onze eigen opbrengsten hebben dit voor een deel gecompenseerd door te stijgen met 9,2 miljoen euro of 1,6 percent. We zien een belangrijke stijging bij commerciële communicatie, die voornamelijk de radioreclame betreft. Ook onze distributie-inkomsten zijn gestegen, net als de exploitatie van afgeleiden en de andere inkomsten.

Ik toon u een tabel waarin u de kosten ziet in functie van de programmaoutput: hoe zijn onze kosten verdeeld over de verschillende media? Van de totale kosten van 468,4 miljoen euro gaat 87,6 percent naar programmaoutput. Het overgrote deel gaat uiteraard naar televisie, met 62 percent. 20,3 percent gaat naar radio en 5,3 percent naar internet en mobiele toepassingen. Daarnaast zijn er kosten voor onderzoek en innovatie en voor de ondersteunende directies. Dat laatste bedraagt 10,4 percent. Als u vergelijkt met 2013, ziet u dat we daarop hard hebben gewerkt in het kader van efficiëntietrajecten, goed voor een daling van 2,6 miljoen euro. Line Extensions – onze commerciële activiteiten – staan in voor 5,8 miljoen euro.

Langs de kostenkant zien we een belangrijke stijging van 23,3 miljoen euro ten aanzien van 2013, maar dat heeft dus hoofdzakelijk te maken met de sportevenementen en de verkiezingen.

We kijken even naar de kostenverdeling voor televisie, radio en online, per net of medium. Voor televisie is het aandeel in de kosten van Eén ongeveer 60 percent, Canvas 27,8 percent, Ketnet 9,4 percent en OP12 3,4 percent. Voor radio gaat het grootste budget naar Radio 2 en vervolgens Radio 1. Van het onlinegedeelte gaat 29,1 percent naar deredactie.be, 13,6 percent naar sporza.be, 15 percent naar cobra.be en 42,3 percent naar de overige websites.

In ons jaarverslag nemen we uiteraard een heel uitgebreid financieel gedeelte op.

Ik geef nog de evolutie van het personeelsbestand. De laatste jaren is dat in dalende lijn. Ten opzichte van 2013 hebben we in 2014 26 vte's minder. Wat de samenstelling van het personeelsbestand betreft, zien we dat het bestaat uit 77 percent contractuelen en 23 percent statutairen, wat aflopend is.

Leo Hellemans: Dat maakt de cirkel rond. De conclusie is, in alle bescheidenheid, dat we een goed rapport hebben. We bereiken zowat iedereen in Vlaanderen. We krijgen een goede waardering. De informatieopdracht staat centraal. We werken met hoofdzakelijk Vlaamse producties, zowel intern als extern, en minder op aankoop. De digitale omslag is bezig. Er zijn betere bereikcijfers voor de verschillende websites. De opgelegde besparingen zijn doorgevoerd. We hebben de financiën onder controle.

2. Bespreking

Jean-Jacques De Gucht: Voor de streefcijfers hebt u in 2014 inderdaad een goede inhaalbeweging gemaakt, maar er zijn nog enkele aandachtspunten. Het aantal personen met een handicap in het personeelsbestand zit nog onder het streefcijfer, net als het aantal nieuwe Vlamingen – wat ik een verschrikkelijk woord vind. Voor vrouwen zit u al in de buurt, maar er kan toch nog een tandje worden bijgestoken. Ook het aantal vrouwen in managementfuncties zit nog onder het streefcijfer. Bent u momenteel doelstellingen aan het ontplooien, zodat u in het volgende jaar toch die streefcijfers kunt halen?

Over de doelstelling om maandelijks 40 percent van de Vlaamse surfers te bereiken en minstens 30 percent in elke relevante doelgroep, kunt u voor het tweede jaar op rij geen conclusies trekken. Kunt u daarover iets meer vertellen?

Er is een streefcijfer van minstens 25 percent externe productie. Welke evolutie is er op dat vlak ten opzichte van de vorige jaren? Is het de bedoeling om daar verder op door te gaan? Ik heb soms de indruk dat er nogal wat wordt geschoven om aan die 25 percent te komen. Hoe wilt u dat volgend jaar doen?

Wilfried Vandaele: We stellen met veel genoegen vast dat de quota voor Nederlandstalige en Vlaamse muziek worden gehaald. U weet dat dit ons bijzonder na aan het hart ligt. Dat de quota zelfs moeiteloos worden gehaald, stelt ons gerust voor de toekomst.

Wat de externe productie betreft, sluit ik me aan bij Jean-Jacques De Gucht. In 2014 haalde de VRT daarvoor 30,7 percent en 65,8 miljoen euro: minder dus dan in 2013 met 33,9 percent. In de sector worden geregeld vragen gesteld bij de definitie met betrekking tot die bestedingsplicht. Kwatongen beweren dat daarin zaken staan die er niet thuishoren. Het zou nuttig kunnen zijn dat helderder te maken dan vandaag het geval is.

Mevrouw Cooreman, de overzichten van de inkomsten en uitgaven met betrekking tot de radio zijn niet altijd helemaal duidelijk. Ik dacht dat de inkomsten in 2013 43 miljoen euro bedroegen en de uitgaven ongeveer 90 miljoen euro. Toen werd echter gezegd dat bij die inkomsten eigenlijk ook nog andere zaken zoals ruilovereenkomsten moeten worden opgeteld. Met dit alles erbij zou het om 70 miljoen euro gaan in plaats van 43 miljoen. Ook nu zien we vergelijkbare cijfers, namelijk 43 miljoen euro inkomsten en 90 miljoen euro uitgaven. We zien in bepaalde gevallen een opsplitsing tussen de diverse radionetten maar niet altijd. Kunt u echt zeer ver gaan in die opsplitsing, of is er toch vaak sprake van overlapping?

U had het over kwaliteit en kwaliteitszorg binnen het huis. Is voor onze openbare omroep geen soort wetenschappelijke adviesraad aangewezen? Ik geloof dat de VRT nu bij een aantal academici terecht kan om iets af te toetsen. Hoe zorgt u er bijvoorbeeld voor dat de expert die u over een medisch probleem raadpleegt, geen kwakzalver is met wetenschappelijk betwistbare uitspraken? Valt u gewoon terug op een aantal deskundigen? Zou het niet nuttig zou zijn om dat in de toekomst enigszins te formaliseren in de vorm van een adviesraad?

Dan is er de interne kwaliteitszorg. Hebt u een soort ombudsfunctie, zoals Tom Naegels voor De Standaard?

Lionel Bajart: Wat de opdracht cultuur en onderwijs betreft, stellen het jaarverslag en de VRM dat de doelstellingen worden gehaald. Dat is duidelijk. Toch hebben we hierover in de stakeholdersbevraging vrij veel kritiek gezien. Die kritiek gaat dan waarschijnlijk veeleer over de invulling en niet zozeer over de vraag of er aanbod of samenwerking is. Dat is dan net wat de VRM meet. Het is misschien maar een indruk, maar soms lijkt het alsof de doelstelling pro forma wordt behaald zonder dat men er echt een gedragen invulling aan geeft. Wat vindt u daarvan?

Ik wil ook wat dieper ingaan op educatie en de link met de publieksbevraging en de educatieve opdracht van de VRT. De publieksbevraging laat zien dat het aantal mensen die vinden dat de VRT-programma's in de eerste plaats leerrijk moeten zijn, duidelijk is gestegen ten opzichte van de vorige bevraging: van ongeveer 21 percent naar 30 percent. Volgens het onderzoek naar de mediabehoeften dat de VRT laat uitvoeren, is het aandeel van de mensen die meer willen weten 17 percent. Dat is een groot verschil. Het aanbod van de VRT op dat vlak wordt ook deels vastgelegd in de beheersovereenkomst.

Bij wetenschap wordt letterlijk verwezen naar klimaatverandering, biodiversiteit en leefmilieu en naar de verwachting dat de VRT moet sensibiliseren. Anderzijds worden ook kook- en tuinprogramma's bij het aanbod aan wetenschap en educatie van de VRT geteld. Ik besef dat de grens tussen de verscheidene opdrachten vaak vaag is, en dat infotainment voor bepaalde zaken handig van pas komt. De categorisering en invulling van opdrachten laat op dat vlak echter misschien wel wat te wensen over?

Joris Poschet: Als samenwerking met de RTBF vermeldt het jaarverslag de Koningin Elisabethwedstrijd en de Lottotrekking, maar niet het Eurovisiesongfestival. Dat is een zeer gevoelig onderwerp. Maar kan er niet méér met de RTBF worden samengewerkt? U zit uiteindelijk toch op dezelfde site.

De tevredenheid van de Vlaming over de netten schommelt tussen 7,6 en 8,2. Is er ook gepeild naar de tevredenheid over de kwaliteit van het Nederlands? Ik wil hier een lans breken voor het Standaardnederlands. Ik heb soms de indruk dat zich het voorbije jaar een sterke verrommeling van het Nederlands op de VRT heeft voorgedaan, zeker in sommige programma's. Niet alleen is dat soms storend; het wordt ook een niet te overschrijden drempel voor anderstaligen die Nederlands willen leren of hun Nederlands willen onderhouden.

Katia Segers: Het lijkt me het gepaste moment om de VRT, haar raad van bestuur en directie te feliciteren. Ik hoop dat u onze felicitaties en waardering overmaakt aan het personeel, dat het momenteel niet gemakkelijk heeft en goed blijft presteren, ook in deze budgettaire moeilijke tijden. Uit de cijfers blijkt dat heel duidelijk.

Ik vind het niet moeilijk om een en ander te scheiden. Het is een schitterend rapport, maar bijvoorbeeld voor mensen met een beperking zijn de cijfers lager dan in 2009-2011. Ik weet dat er toen licht anders werd gemeten, maar toch gaat dit van 2,4 naar 1,1 percent. Wat het aandeel nieuwe Vlamingen en de vrouwen betreft, ook daar is werk aan de winkel. Hoe zult u structureel garanderen, ook in het licht van de besparingen die nu voorliggen, dat u de streefcijfers voor 2015 kunt halen? Dit is immers een overgangsjaar naar de nieuwe beheersovereenkomst, maar ook daarover moet u een rapport uitbrengen. En hoe staat het nu met het addendum bij de beheersovereenkomst?

De inkomsten uit commerciële communicatie zijn toegenomen met 4 percent. Mevrouw Cooreman, u zei dat dit vooral radio betreft. Wat is het onlineaandeel? We zien dat het aantal gebruikers van dat onlineaanbod immers spectaculair stijgt, van 600.000 naar 735.000. We zien ook heel duidelijk een toename van het mobiele gebruik, via tablets en smartphones. U hebt dat eigenlijk fantastisch opgevangen, want de kosten zijn nauwelijks gestegen, van 22 naar 23,6 miljoen euro. Ik veronderstel dus dat er ook heel wat inkomsten zijn uit commerciële communicatie online. Wat is precies het onlineaandeel in die stijging van 4 percent?

Karin Brouwers: Net als mevrouw Segers wil ik u eerst feliciteren met dit lijvige en gedetailleerde jaarverslag, waaraan hard is gewerkt. Het leidt tot het besef hoe rijk Vlaanderen is dankzij een heel boeiend aanbod van onze openbare omroep.

We zijn zeer tevreden over de prestaties van de VRT. Ook de Vlaming is dat blijkbaar. Vorige week nog hebben we de publieksbevraging van de SARC besproken in deze commissie (*Parl.St.* VI.Parl. 2014-15, nr. 418/1). Toch is er een lichte achteruitgang in de tevredenheid van de Vlaming. Alles kan beter, ook voor de VRT.

Recent ontvingen we een persbericht van de VRRO, die 35 lokale radio's verenigt. Ze klaagt de oneerlijke regionale reclamewerving van Radio 2 aan. Ze ontdekte dat het reclamebureau D&K Vision uit Aartselaar regionale publiciteit voor Radio 2 werft. We vroegen ons af of dat geen opdracht is voor de Var. Uw jaarverslag

2014 blijft nogal summier over de Var en Pebble Media. Enkel pagina 164 bevat een vermelding. Kunt u wat meer toelichting geven bij de werking van de Var en Pebble Media? Zeker in de werkwijze van de Var, die toch voor 100 percent een dochteronderneming van de VRT is, zouden we graag wat meer inzicht krijgen. Bij Pebble Media viel op dat de winst na belastingen in 2014 52.000 euro bedroeg: veel minder dan in 2013, toen dat nog 350.000 euro was. Wat is de verklaring?

We hebben nog niet vernomen of het addendum bij de beheersovereenkomst is ondertekend. Dat heeft toch nog belang. Door die besparingen kon de huidige beheersovereenkomst in 2014 niet volledig worden uitgevoerd. Werd dat addendum al ondertekend door de VRT?

Ik heb onlangs een vraag om uitleg gesteld over de uitvoering van de VRT-beheersovereenkomst betreffende performantiemaatstaven voor maatschappelijke meerwaarde (*Hand. VI.Parl. 2014-2015, nr. C196*). Het is heel goed dat dit nu al helemaal vooraan in het jaarverslag staat, maar we zien toch ook dat die zaken regelmatig terugkomen in het jaarverslag. Ik heb toen aan minister Gatz gezegd dat er niet echt een opvolgsysteem is om via een kwaliteitskaart de vooruitgang te meten. U zegt wel bepaalde zaken te hebben verwezenlijkt en stelt kwalitatief goed bezig te zijn. We kunnen echter moeilijk vergelijken, of we zouden telkens de verslagen van de jaren voordien erbij moeten nemen, en dat zelf beginnen uit te zoeken. Indien we ook in de nieuwe beheersovereenkomst performantiemaatstaven opnemen, dan zou het toch nuttig zijn om een opvolgsysteem te introduceren om die meetbaar te maken.

2014 was een duur jaar voor sportrechten, met 17 miljoen euro. Behelst dat ook al de kosten van de uitzending, of komen die daar dan nog eens bovenop?

De heer Vandaele had het over adviesraden. Wij vragen ons af of er geen klankbordgroepen met externe deskundigen kunnen komen om de culturele opdracht nog meer te verfijnen, bijvoorbeeld met de mensen van MuziekOverleg. Die kunnen enig tegenwicht bieden voor de machtspositie die muzieksamenstellers van de radio onbetwistbaar hebben. Ook hadden we graag een onafhankelijke deontologische klankbordgroep gezien, met externe experts. Dat gaat dan veeleer over de deontologische code, het programmacharter en de vraag hoe journalisten met allerlei zaken omgaan.

Bart Caron: Ik wil me alleszins aansluiten bij de mensen die u gelukwensen met het resultaat. Dat is terecht. Breng het maar over aan de leiding, het bestuur en de medewerkers. Zoals mevrouw Brouwers zo mooi zei: we mogen er fier op zijn dat we in Vlaanderen zo'n mooi aanbod hebben. U moet maar eens op vakantie in het buitenland de radio of de televisie aanzetten. Dan weet u welke kwaliteit wij in Vlaanderen bereiken.

U legt in uw presentatie, maar ook in het jaarverslag, heel erg de nadruk op nieuws op maat van jonge mensen. Dat doet u in verband met MNM, maar ook in het kader van de nieuwe technologische evoluties. Ik apprecieer dat. De vraag hoe je jonge mensen met nieuws bereikt, lijkt me ook morgen, bij de bespreking van de nieuwe beheersovereenkomst, een heikel punt te zullen zijn.

Ik lees in het jaarverslag dat de Vlaming gemiddeld 4 uur en 1 minuut televisie kijkt. Ik verwijs in dat verband ook naar professor Glorieux, die tijdsonderzoek doet aan de VUB. Hij heeft berekend hoelang mensen per jaar, per week, per maand naar tv kijken. Opvallend is vooral dat maar 6,6 percent uitgesteld kijkt. Men kijkt erg veel lineair of rechtstreeks. Ik mis in het overzicht echter een meting van het online televisie kijken. Alleen bij de app van Sporza en bij Ketnet wordt dat wel gemeten. Ik denk dat we naar een toekomst gaan waarin mensen op veel meer schermen, via tablets en smartphones, op veel meer platformen kijken. Het

lijkt me heel belangrijk om ook die evolutie in kaart te brengen. Daarmee wil ik ook zeggen dat de VRT veel meer van haar inhoud online ter beschikking moet stellen.

Op pagina 50 staat een verdeling van het bereik over de diverse zenders. Lees ik het goed dat het bereik van Canvas dit jaar toch wel wat is gestegen ten opzichte van 2013? Staat dat dan niet haaks op de boodschap dat Canvas het zo slecht doet, of is dat louter en alleen aan de sportprogramma's van de zomer te danken?

Op pagina 148 staat dat de ontvangsten van Net Gemist dalen. Dat lijkt me merkwaardig. Is die formule van voorbijgaande aard? Of komt het omdat mensen betere digitale toestellen hebben waarmee ze gemakkelijker kunnen opnemen en waarvoor ze allerlei speciale abonnementen hebben zoals voor Stievie?

Zitten de stijgende radioreclameontvangsten binnen het toegelaten plafond? Ik merk bij Pebble dat er wel een grote omzet is, maar dat het resultaat sterk daalt. Dat vind ik merkwaardig.

Is de daling van de uitgaven van de sportrechten enkel te wijten aan die wissel tussen even en oneven jaren? Koopt u minder sportrechten dan vroeger? Door die wissel is dat niet helemaal duidelijk.

In deze commissie is de voorbije maanden met een vrij grote mate van instemming gediscussieerd over de muziekdiversiteit op de verschillende radiozenders. U praat over educatie en meerwaarde maar ook aandacht voor muzikale diversiteit is een belangrijk punt.

Leo Hellemans: Het platformkijken wordt op allerlei manieren in kaart gebracht. Hier gaat het over de uitzendingen van Eén, Canvas en Ketnet. Maar er zijn nog zoveel andere manieren van televisiekijken zoals Netflix, uitgesteld kijken en betaaltelevisie. Op Eén wordt zowat 95 percent live bekeken. Het gaat dan niet over de andere aanbiedingen van onder meer buitenlandse zenders en nieuwkomers op de markt.

Dat het bereik van Canvas is gestegen, is inderdaad te wijten aan de sportzone. Heel wat wedstrijden van de wereldbeker voetbal zijn op Canvas uitgezonden. Net Gemist kent een dalende tendens. Het is logisch dat daarop geen abonnementen meer worden genomen, nu er zoveel mogelijkheden zijn met personal video recording en met Stievie, waarin we mee hebben geïnvesteerd. Net Gemist wordt vervangen door allerlei aanbiedingen van Telenet en Proximus, waar wij dan ook weer een deel van het aanbod hebben. We zitten zelfs op Netflix met een aanbod. Dat zijn modernere manieren dan een abonnement op Net Gemist, waarbij je de programma's aan 6 euro per maand kunt herbekijken. Dat zal in de komende jaren stilaan uitdoven.

De radioreclameontvangsten zijn inderdaad gestegen. Wij kopen minder sportrechten aan, maar onderhandelen misschien ook beter. Niet alle sportrechten worden duurder. Sommige wel, maar die zitten dan bij betaalzenders. Wij bieden absoluut niet op tegen free-to-airprivéomroepen. Dat weten zij ook. De spreker van SBS heeft zich op dat vlak vergist (*Parl. St.* VI. Parl. 2014-15, nr. 418/1). Ik heb hem daarover gebeld. Hij had ook een ander bedrag gehoord dan wat wij hebben geboden voor de fameuze vriendschappelijke match Frankrijk-België. Hij verontschuldigt zich daarvoor.

Peter Claes: We blijven inzetten op muziekdiversiteit. We hebben een overleg georganiseerd met MuziekOverleg. We hebben elkaar een drietal weken geleden gezien, nog voor zij naar deze commissie kwamen. Ik heb daar het engagement genomen dat we elkaar vaker zouden zien en dat we meer inzicht zouden geven in de cijfers. Men zegt bijvoorbeeld dat wij de quota halen door nachtprogrammering in

te schakelen. Ik wil daar volledige openheid over geven en dat delen met de sector. Ik dank hen ook omdat zij naar ons stappen met zoveel advies, alert reageren en tegelijk openstaan voor wederwoord. We hebben met MuziekOverleg een nieuw soort van openheid afgesproken. Dat soort van adviesraden kan ons helpen, niet alleen om quota te halen maar ook om daar inhoudelijk op te wegen.

Recent was er een voorstelling van het nieuwe Canvas aan de cultuurpartners. Ook die openheid is nieuw. Op die manier kunnen we veel meer feedback krijgen en gecontroleerd worden, niet door de VRM, maar door de sector die ons waar nodig bij de les houdt.

Leo Hellemans: De programma's moeten leerrijk zijn. Het is heel moeilijk om educatie af te bakenen. Elk programma wil zo educatief mogelijk zijn. Het kan gaan over een informatief programma, een cultureel programma, een muziekprogramma. Educatie is een heel breed begrip. We moeten iets kunnen bijleren van een programma. Dat zou zelfs moeten kunnen in een aantal ontspanningsprogramma's. Als we te streng afbakenen, moeten we ons beperken tot zuivere wetenschaps- of onderwijsprogramma's. Als we alleen die zouden meten, zou het te weinig zijn, maar men kan niet van de ochtend tot de avond wetenschappelijke programma's uitzenden. Wij zetten veel in op hybride vormen.

Peter Claes: Wetenschap is geen domein dat enkel wordt belicht door Radio 1 of Canvas. Wat we bij Ketnet en Radio 2 aan wetenschap doen, mag er evengoed zijn. Daarmee wil ik ook tegenspreken dat we die zenders inschakelen om onze quota te kunnen afvinken. In het jaarverslag staan voorbeelden, zoals over mediawijsheid, waarop wij met onze verschillende netten hebben ingezet. Dat zijn voorbeelden die een programma volledig hebben gedragen, en niet één item in een volledig aanbod van items over mediawijsheid.

Wat personeel betreft, hebben wij de streefcijfers inzake diversiteit niet gehaald, en dat betreuen we. Het is zeer moeilijk om het personeelsbeleid te laten variëren in jaren dat er moet worden afgeslankt. We hebben dus amper kunnen aanwerven. Als we niet kunnen aanwerven, is het ook moeilijk om veranderingen aan te brengen. Het is dan misschien geen resultaatsverbintenis maar wel een inspanningsverbintenis. Op bladzijde 98 en 99 staan de initiatieven die we ondernemen met het oog op meer diversiteit bij de VRT. Er zijn bijvoorbeeld tien mensen met een diversiteitskenmerk die een ervaringsstage hebben gekregen. Door die stage hebben zij iets meer ervaring op het moment dat er een vacature is en komen zij gemakkelijker in aanmerking om bij de VRT te werken.

We werken samen met externe organisaties omdat we weten dat ons netwerk eigenlijk te beperkt is. We werken met ex-paralympiërs en met de Koning Boudewijnstichting en bespreken met hen ons hrm-beleid. We beseffen immers dat ons netwerk en onze kennis beperkt zijn. Er bestaan nog verschillende voorbeelden van wat we wel doen op vlak van human resources.

We erkennen dat we die cijfers niet hebben gehaald en we betreuen dat. Dat is voor een deel te wijten aan het feit dat we minder mensen aanwerven. Zodra het opnieuw kan, doen we wel een beroep op mensen die intussen ervaring hebben of die in ons netwerk zitten.

Sophie Cooreman: Wat de Epro-bestedingen betreft, hebben wij een kostprijsberekening voor onze interne en externe programma's. Wij proberen die op eenzelfde manier te berekenen zodat vergelijking mogelijk is. Dat heeft tot gevolg dat een aantal kosten in die programma's eigenlijk niet echt investeringen of cash-out zijn en naar de Epro's gaan. Het is wel de bedoeling om die definitie in de toekomst te verduidelijken en ons echt te richten op bestedingen. Nu is die definitie niet hele-

maal duidelijk. Als we nu eigen VRT-middelen inbrengen, zitten die ook in de prijs. We willen dat voor de toekomst verduidelijken.

Over de radioreclame en de commerciële communicatie blijkt uit de tabel op pagina 148 dat de totale commerciële communicatie 65,6 miljoen euro plus 9,8 miljoen euro bedraagt. Het deel radioreclame daarin bedraagt 43 miljoen euro. Er zijn nog andere pijlers binnen die commerciële communicatie, zoals sponsoring op radio en televisie en sponsoring van niet-uitgezonden evenementen. Het aandeel reclame op internet en mobiele platforms bedraagt 2 miljoen euro of 3 percent. Dat is een lichte stijging met 300.000 euro ten opzichte van 2013. Binnen de volledige commerciële communicatie bedraagt de onlinereclame 3 percent.

Onze commerciële inkomsten zijn begrensd op 70 miljoen euro. Wij halen 75,4 miljoen euro en overschrijden dus die grens.

We hebben een tabel opgenomen van het resultaat van Var en Pebble. Var en Pebble zijn vennootschappen en hebben dus een eigen jaarrekening. We nemen die niet integraal op maar beperken ons tot een samenvatting. Die jaarrekeningen zijn openbaar zoals bij andere vennootschappen.

Peter Claes: De meting van het onlinebereik kent een technisch probleem dat ook de VRM heeft signaleerd. Dat probleem is intussen opgelost. Sinds twee maanden kunnen we opnieuw op doelgroepniveau meten hoe we hebben gepresteerd.

Bij de radio is 15 miljoen euro afkomstig van ruilinkomsten. Dat is geen cash maar gewoon ruil. Bij captatie op locatie kan een deel van de productiekosten worden betaald door de organisator van bepaalde evenementen.

In de sportrechten zijn de kosten van de uitzending niet inbegrepen. Uit statistieken blijkt dat sportuitzendingen de goedkoopste zijn per uur. Men kan immers lange uitzendingen maken wanneer men liverechten heeft. Met de rechten van de Ronde van Frankrijk zijn we de hele maand juli zoet, zowel in de namiddag als 's avonds.

Een klankbordgroep voor deskundigen lijkt me een interessant idee. We doen dat nu weinig en hebben ook geen ombudsman. We hebben wel een zeer gewaardeerde klachtenopvolging, die alle klachten niet alleen noteert en beantwoordt maar ze ook doorgeeft aan de verschillende deontologische colleges, de deontologische adviesraad en de programmacharterraad. Al die klachten worden behandeld. Dat wordt zeer gewaardeerd, ook door de Vlaamse ombudsman.

Voor het onpartijdigheidsonderzoek hebben we wel een beroep gedaan op experts.

Luc Van den Brande: Er is een poging gedaan om alle gegevens in alle transparantie mee te delen. Interne en externe transparantie gaan volledig samen. We hebben er alle belang bij om dat zo volledig mogelijk te doen.

Mijnheer De Gucht, diversiteit vergt een intensieve oefening waarin we niet slagen voor wat de schermgezichten betreft. We moeten daar nog meer op inzetten.

Mijnheer Vandaele, u had het over een algemene adviesraad. Voor bepaalde groepen is het inderdaad belangrijk om klankbordgroepen te hebben. Daar kan over nagedacht worden. Maar deze Vlaamse Regering vindt net als haar voorganger dat de VRT te veel adviesraden heeft. Is het dan nuttig om er nog meer in het leven te roepen? Ik heb daar op zich geen probleem mee omdat dat interessant kan zijn. Eén punt is niet vergelijkbaar met de meeste andere openbare omroepen, met name dat bepaalde zaken worden geënt op de diversiteit van het Cultuurpact.

Dat gebeurt niet in de meeste andere landen. Maar dat is geen antwoord op de vraag of een algemene adviesraad al dan niet nuttig is.

Mijnheer Bajart, ook ik stel me soms vragen over wat als wetenschap en wat als cultuur wordt gedefinieerd. Soms wordt zoiets op basis van cijfers al te gemakkelijk beslist. We moeten daar echter ordentelijk in zijn, want die twee liggen in elkaars verlengde. Zo bestaat er discussie over cobra.be. Wat kan men best doen voor cultuurspreiding? Gaat men voor een horizontale aanpak of voor een gerichte aanpak? Het is niet of-of maar en-en, maar we moeten wel ordentelijk met de parameters omspringen.

Mijnheer Poschet, u vroeg naar de samenwerking met andere omroepen. Die samenwerking kan worden versterkt. Er wordt een project opgestart om met andere omroepen van andere taalgemeenschappen, ook buiten België, nieuwe mogelijkheden van het DAVID-project van zoveel jaren geleden na te gaan. Ik ben van mening dat die er zijn.

Wat de RTBF betreft, moeten we misschien meer dan nu openstaan voor samenwerking. Alleen moeten we rekening houden met enorme verschillen tussen het kijkgedrag in het noorden en het zuiden van België. Nog ongeveer 3 percent van de Vlamingen kijkt naar Nederlandse zenders, terwijl in Franstalig België 38 percent naar Franse zenders kijkt. Dat is geen antwoord op uw vraag, maar wijst wel op een andere modaliteit.

Er moet absoluut worden ingezet op de kwaliteit van het Nederlands. Vanuit Vlaanderen moeten we op dat vlak soms het gevecht aangaan met onze Nederlandse collega's. Drie jaar geleden was er een fundamenteel debat in de raad van bestuur over het gebruik van het Nederlands als standaardtaal. Het is geen kritiek, maar we stellen wel vast dat men in Nederland veel gemakkelijker en losjes omgaat met tussentaal en alle mogelijke varianten. Mede onder impuls van de ijking en de normbepaling moeten we effectief aandacht hebben voor de standaardtaal.

Mevrouw Segers, u verwijst terecht naar de medewerkers. Een aantal resultaten kunnen inderdaad niet neergezet worden zonder hen.

Mevrouw Brouwers, u hebt de aandacht gevestigd op die adviesraad Cultuur. Daar heb ik daarnet al op geantwoord, in reactie op een vraag van de heer Vandaele. Bij een externe deontologische raad stel ik mij wel vragen. We hebben het charter, we hebben de deontologische code. Je zou kunnen zeggen dat daar externen voor moeten worden ingezet, maar het meest mature systeem om de deontologie te screenen en te ijken, is een systeem waarbij de peers oordelen over hun collega's.

Dan heb ik nog een laatste, algemene bedenking met betrekking tot het lineaire gebruik en het veelvuldige alternatieve gebruik: men vergist zich als men denkt dat het communicerende vaten zijn. Met name jongere leeftijdsgroepen gebruiken alle middelen om nieuws te capteren en informatie op te doen. Maar dat zijn complementaire zaken. Dat brengt ons tot het besluit dat het lineaire kijkgedrag vrijwel constant is gebleven sinds het jaar 2000, of hooguit een heel kleine achteruitgang vertoont. De globale mediaconsumptie is wel enorm gestegen. En dat moeten we voor ogen houden om te weten hoe we ons oriënteren op de toekomst.

Wilfried Vandaele: Mijnheer Van den Brande, wij willen er natuurlijk niet nog een externe adviesraad bij, want als parlementsleden moeten wij die adviezen ook allemaal lezen. Mijn vraag betrof veeleer een intern klankbord of toetssteen, om te vermijden dat met name in de medische sfeer mensen een forum krijgen om allerlei dingen te zeggen.

Ik heb nog één technisch vraagje met betrekking tot de radio, mevrouw Cooreman. Over MNM lezen we dat de kost 12,5 miljoen euro en de opbrengst 9,6 miljoen euro bedraagt. Als we naar andere opbrengsten kijken, zijn die niet opgesplitst. Daar staat 15,3 miljoen euro voor alles samen.

MNM wordt dan soms wel oneerbiedig een melkkoe genoemd, maar dat kunnen we hier niet uit afleiden, omdat die andere inkomsten niet opgesplitst zijn.

Sophie Cooreman: Enkel de radioreclame-inkomsten zijn hier opgesplitst. Dan hebben we andere inkomsten die globaal blijven en die we niet verdelen per net, ook omdat de link niet altijd eenduidig te maken is.

Wilfried Vandaele: Maar misschien weet u toch meer. Klopt het dat MNM opbrengt? Of weet u dat niet?

Sophie Cooreman: Wij moeten kijken naar de inkomsten die MNM genereert. Radioreclame kunnen we inderdaad toewijzen aan MNM, maar andere opbrengsten niet echt in een één-op-éénverhouding. Dan moeten we die oefening verder maken.

Bart CARON,
voorzitter

Manuela VAN WERDE,
verslaggever

Gebruikte afkortingen

BAM	Instituut voor Beeldende, Audiovisuele en Mediakunst
BBC	British Broadcasting Corporation
CIM	Centrum voor Informatie over de Media
DAVID	Digitale Archivering in Vlaamse Instellingen en Diensten
Epro	externe productie
hrm	humanresourcesmanagement
MNM	Muziek eN Meer
NIR	Nationaal Instituut voor de Radio-Omroep
PPM	Portable People Meter
RTBF	Radio Télévision Belge Francophone
SARC	Strategische Adviesraad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media
SBS	Scandinavian Broadcasting Systems
VAF	Vlaams Audiovisueel Fonds
Var	Vlaamse Audiovisuele Regie
VRM	Vlaamse Regulator voor de Media
VRRO	Vlaamse Regionale Radio Omroepen
VRT	Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie
vte	voltijdsequivalent / voltijdequivalent
VUB	Vrije Universiteit Brussel