

ingediend op **1867** (2023-2024) – Nr. 1
25 oktober (2023-2024)

Verslag van de hoorzitting

namens de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media
uitgebracht door Karin Brouwers en Katia Segers

over het jaarverslag 2022 van VRT
en het toezichtsrapport 2022
van de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM)
op de naleving van de beheersovereenkomst
met VRT

Samenstelling van de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media:

Voorzitter: Meyrem Almaci.

Vaste leden:

Cathy Coudyser, Marius Meremans, Freya Perdaens, Wilfried Vandaele, Manuela Van Werde;
Filip Brusselmans, Johan Deckmyn, Klaas Sloomans;
Karin Brouwers, Orry Van de Wauwer;
Steven Coenegrachts, Stephanie D'Hose;
Meyrem Almaci, Jeremie Vaneeckhout;
Hannes Anaf.

Plaatsvervangers:

Andries Gryffroy, Kathleen Krekels, Philippe Muylers, Kris Van Dijck, Karl Vanlouwe;
Immanuel De Reuse, Jan Laeremans, Ilse Malfroot;
Maaïke De Rudder, Tinne Rombouts;
Els Ampe, Bart Tommelein;
Björn Rzoska, Tine Van den Brande;
Katia Segers.

Toegevoegde leden:

Onno Vandewalle.

INHOUD

I.	Rapportering	4
1.	Toelichting	4
1.1.	Toezichtsrapport beheersovereenkomst	4
1.2.	Onpartijdigheidsrapport	5
2.	Bespreking	7
2.1.	Klaas Slootmans	7
2.2.	Karin Brouwers	8
2.3.	Katia Segers.....	8
2.4.	Meyrem Almaci	8
2.5.	Antwoordenronde.....	9
2.6.	Aanvullende vragen en antwoorden	9
II.	Jaarverslag 2022 van VRT	10
1.	Toelichting	10
1.1.	Voorzitter raad van bestuur.....	10
1.2.	Uitvoering van de beheersovereenkomst.....	11
1.3.	Transformatieplan	14
1.4.	Toekomst van VRT	14
2.	Bespreking.....	15
2.1.	Katia Segers.....	15
2.2.	Karin Brouwers	16
2.3.	Klaas Slootmans	19
2.4.	Meyrem Almaci	20
2.5.	Marius Meremans.....	22
2.6.	Antwoordenronde.....	24
	Gebruikte afkortingen	30
	Bijlagen: zie de dossierpagina van dit document op www.vlaamsparlement.be	

Op donderdag 29 juni 2023 hield de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media een hoorzitting over het jaarverslag 2022 van VRT en het toezichtsrapport 2022 van de Vlaamse Regulator voor de Media op de naleving van de beheersovereenkomst met VRT.

De presentaties bij de toelichtingen zijn te vinden op de [dossierpagina](#) van dit commissieverlag op www.vlaamsparlement.be.

I. Rapportering

1. Toelichting

1.1. Toezichtsrapport beheersovereenkomst

Carlo Adams, voorzitter van de algemene kamer van de VRM, licht toe dat de algemene kamer, overeenkomstig artikel 218, §2, eerste lid, 9°, van het Mediadecreet, toeziet op de naleving door de openbare omroep van de beheersovereenkomst met de Vlaamse Regering. Ze rapporteert hierover jaarlijks aan de regering. Het voorliggende document handelt over 2022 en is daarmee het tweede rapport over de naleving van de beheersovereenkomst 2021-2025.

De beheersovereenkomst bevat zes algemene strategische doelstellingen, met daaraan telkens concrete performantiemaatstaven gekoppeld: de zogenaamde key performance indicators. Deze KPI's moeten in principe ieder jaar worden bereikt, tenzij anders is bepaald. In het laatste geval moet VRT een groeipad realiseren om de bewuste KPI's op het einde van de beheersovereenkomst, dus tegen 2025, te bereiken. De VRM heeft de prestaties van VRT aan die maatstaven getoetst, althans wat de inhoudelijke bepalingen betreft. De financiële en budgettaire toetsing valt buiten zijn opdracht en wordt onder andere door het Rekenhof verricht.

De toetsing wordt deels uitgevoerd op basis van informatie die VRT aan de VRM bezorgt volgens een bepaald afsprakenkader, en deels op basis van externe gegevens die afkomstig zijn van het CIM, Profacts en de studie Monitor Diversiteit, een onderzoek van de universiteiten van Amsterdam en Antwerpen. De VRM heeft met steekproeven de juistheid van de door VRT geleverde cijfers gecheckt en ze correct bevonden.

De zes SD's samen bevatten 39 KPI's. Van haar jaarlijks terugkerende doelen heeft VRT er in 2022 maar één gemist, namelijk KPI 18. Die bepaalt dat ten minste de helft van de geregistreerde gebruikers van digitale kanalen van VRT minstens maandelijks in contact komt of interageert met een of meer digitale VRT-kanalen, en dus een actieve gebruiker is. Eind 2021 stond de teller op 39 procent van de geregistreerde gebruikers. Eind 2022 was dat 40,2 procent. De KPI legt 50 procent op. VRT heeft nieuwe en voortgezette initiatieven aangekondigd om die activiteitsgraad te doen toenemen en zo het VRT-bereik in een steeds meer gedigitaliseerd medialandschap hoog te houden.

Carlo Adams gaat vervolgens in op de KPI's die VRT pas tegen het einde van de beheersovereenkomst moet halen. KPI 17 betreft de versterking van het digitale gebruik door meer geregistreerde gebruikers. VRT hoeft dit doel pas te bereiken in 2025, maar heeft dat al in 2022 een eerste keer voor elkaar gekregen. Deze KPI is gelinkt aan de al vermelde KPI 18, maar KPI 17 meet louter het aantal geregistreerde gebruikers, terwijl voor KPI 18 hun activiteitsgraad de doorslag geeft.

KPI 10 behelst de diversiteit in de beeldvorming in het intern en extern geproduceerde videoaanbod. De aanwezigheid van personen met een handicap zou moeten stijgen van 1,5 naar 2 procent tegen 2025. Momenteel bedraagt hun aandeel 1,7

procent, een lichte daling tegenover de 1,9 procent in 2021. De marges zijn zo klein dat het kleinste verschil procentuele gevolgen heeft, nuanceert Carlo Adams. Het percentage vrouwen in de beeldvorming bedroeg 40,8 procent in 2022 tegenover 40,1 procent in 2021, maar zou in 2025 48 procent moeten bereiken. Carlo Adams veronderstelt op dat vlak een verdere inzet vanwege VRT. Met 12 procent personen van buitenlandse afkomst heeft VRT al in 2022 de 9,5 procent-doelstelling voor 2025 bereikt.

KPI 11 focust op diversiteit in de samenstelling van het VRT-personeelsbestand. De maatstaf van 40 procent vrouwen op het totale aantal personeelsleden is al bereikt. Voor het hogere kader staat tegen 2025 een volledig genderevenwicht voorop. Het aantal vrouwen daarin bedraagt nu 45,2 procent. 5,2 procent van het personeel is van buitenlandse afkomst. Dat aandeel zou in 2025 tot 7 procent moeten stijgen. Personen met een handicap of chronisch zieken maakten eind 2022 3,4 procent van het personeelsbestand uit. Daarmee is die doelstelling – 2 procent in 2025 – wel al bereikt.

KPI 37 betreft de evaluatie van de samenwerkingsinitiatieven van VRT met de mediasector door een onafhankelijke deskundige, en vormt een buitenbeentje doordat die evaluatie pas in 2024 moet plaatsvinden. Daardoor is er op dit moment nog geen beoordeling mogelijk.

Carlo Adams vat samen dat VRT opnieuw zeer goede cijfers heeft behaald, met nog enkele puntjes om extra op in te zetten.

1.2. Onpartijdigheidsrapport

De VRM-voorzitter staat nog even stil bij KPI 21, als voorzet naar het volgende item van de toelichting. Deze maatstaf bepaalt dat VRT de nodige medewerking verleent aan de monitoring van haar onpartijdigheid. Zoals vorig jaar heeft de VRM in opdracht van minister Benjamin Dalle de onpartijdigheid van de programma's van de VRT-nieuwsdienst laten onderzoeken. Het onderzoek is conform de wetgeving op de overheidsopdrachten aan de UAntwerpen gegund. Vertegenwoordigers van deze universiteit hebben een tussentijds rapport opgesteld. De bevindingen zijn toegelicht en besproken bij de VRM, waarna een eindrapport is bezorgd aan minister Benjamin Dalle.

Het toezicht door de VRM op de naleving van de beheersovereenkomst betreft voor dit punt alleen de mate waarin VRT aan het onpartijdigheidsonderzoek meewerkt. Die medewerking heeft geen problemen opgeleverd. Het VRM-toezicht staat dus los van de inhoudelijke bevindingen van de onderzoekers.

Peter Van Aelst, professor politieke wetenschappen aan de UAntwerpen, licht enkele belangrijke aspecten toe uit het onderzoek naar de onpartijdigheid van VRT in 2022.

De onderzoekers hebben hun analyse gesteund op het elektronische nieuwsarchief, dat uitzendingen verzamelt, codeert en analyseert van intussen al twintig jaar televisienieuws. Het betreft een heel rijke dataset, waaruit het onderzoeksteam gegevens heeft gepuurd met betrekking tot de onpartijdigheid van en de aanwezigheid van actoren in het nieuws. De UAntwerpen onderzoekt zowel het VRT-journaal als het VTM-Nieuws. Sinds 2021 worden ook de duidingsprogramma's geanalyseerd.

Op zijn presentatie toont Peter Van Aelst de spreekijdverdeling tussen de verschillende politieke partijen in de nieuwsuitzendingen en duidingsprogramma's. De cijfers van VRT liggen in lijn met die van vorig jaar. Net als elk jaar valt de zeer duidelijke machtslogica op: Vlaamse regeringspartijen krijgen beduidend meer

spreektijd dan oppositiepartijen en Franstalige partijen. In de duidingsprogramma's is de verhouding iets minder scheef: daar is de dominantie van de regeringspartijen wat kleiner en komen de oppositiepartijen wat meer aan bod dan in het journaal.

Een ander diagram vergelijkt de spreektijden longitudinaal met elkaar. Sedert de N-VA geen deel meer uitmaakt van de Federale Regering, heeft de partij beduidend minder spreektijd in het journaal gekregen. Over het algemeen lopen de tendensen parallel met die uit de vorige tabel. De verschuiving tussen Groen en Vooruit wijt Peter Van Aelst aan de gewijzigde focus van coronacrisis naar energiecrisis, waardoor in 2020 en 2021 minister Frank Vandenbroucke in verhouding meer aandacht heeft gekregen, en in 2022 minister Tinne Van der Straeten.

Aanvullend op de analyse van journaals en duidingsprogramma's, voert de Universiteit Antwerpen een extra diepteanalyse uit op twee of drie casussen. Daarbij kijkt ze naar de standpunten die aan bod zijn gekomen en vergelijkt ze het nieuws van VRT-tv, -radio en -online met een doorsnede van het Vlaamse medialandschap. Deze doorsnede is een gegroepede selectie, met VTM-nieuws, De Standaard, Het Laatste Nieuws, Knack, Doorbraak en DeWereldMorgen.be.

In 2022 hebben de onderzoekers gekozen voor het stikstofdebat en de btw-verlaging op energie. Het stikstofdebat is vooral gevoerd op het Vlaamse niveau, de btw-verlaging op energie was veelal op het federale niveau te situeren. Het stikstofdebat werd over het hele jaar geanalyseerd, de btw-verlaging van januari tot midden april 2022. De gekozen casussen gaan altijd over thema's die duidelijk af te bakenen zijn in de tijd en dus ook in het nieuws. Het zijn eenduidige onderwerpen, die onderzoekers met enkele trefwoorden in grote databestanden kunnen terugvinden.

De universitaire analyse van het stikstofdebat is gefocust op de politieke actoren en de verdeling tussen politici. Daarnaast zijn uiteraard nog vele anderen hun zeg komen doen, zoals burgers, het middenveld, professionals en experts. De ruzie in de Vlaamse Regering met betrekking tot stikstof wordt duidelijk weergegeven in de cijfers in de presentatie. Zowel in het VRT-journaal als in de duidingsprogramma's werd de strijd gevoerd tussen de N-VA en cd&v. In de andere media wordt ook Open Vld als derde regeringspartner heel vaak genoemd. Groen krijgt ook iets meer aandacht in het VRT-journaal en de duidingsprogramma's, net als het Vlaams Belang in het journaal.

De btw-verlaging op energie heeft een veel gelijkere verdeling tussen de partijen opgeleverd. Heel wat oppositiepartijen hebben meer aandacht gekregen dan ze gemiddeld in de dagelijkse berichtgeving krijgen. De verschillende partijen hadden duidelijke opvattingen over een btw-verlaging. Dat is merkbaar in zowel het VRT-journaal en de VRT-duidingsprogramma's als bij de andere media, zij het opnieuw met licht verschillende klemtoon. Afhankelijk van op welke casus wordt ingezoomd, verandert het kleurenpalet dus een beetje.

Peter Van Aelst vervolgt dat er bij de analyse ook telkens standpunten gecodeerd werden. Meestal zijn die bij alle media gelijkaardig. Op zijn presentatie kan hij wel aantonen hoe VRT meer standpunten aan bod heeft laten komen die de btw-verlaging ondersteunden, terwijl in de andere media de kritische stemmen prominenter naar voren kwamen. De professor beklemtoont dat het hier gaat over standpunten die door actoren werden ingenomen, niet over de standpunten van de media of programma's zelf.

Op een volgende grafiek toont Peter Van Aelst de verhouding tussen kritiek en steun ten aanzien van de regeringsactoren. De analyse van de vermelde casussen uit 2022 en de drie onderzochte casussen uit 2021 toont aan dat er altijd meer

kritiek wordt gespuid dan steun betuigd. Er zijn wel grote verschillen tussen de casussen onderling. Doordat de btw-verlaging op energie op een ruime publieke steun heeft kunnen rekenen, is er minder kritiek op gekomen. Het stikstofdossier bevond zich wel in een negatieve sfeer en oogstte dan ook heel veel kritiek. In het algemeen blijft kritiek toch de norm. Media-aandacht gaat heel vaak over het incasseren van kritiek op beleid.

De conclusies van het gevoerde onderzoek zijn gelijkaardig aan die van de vorige jaren. Zo blijkt al twintig jaar lang dat er op dit vlak weinig verschil bestaat tussen VRT en VTM. De focus op regeringspartijen is zeer sterk, de aandacht voor de zuivere oppositiepartijen zeer laag. De machtslogica speelt dus een veel grotere rol dan de electorale logica, waarbij partijen aan bod zouden komen in verhouding tot hun electorale sterkte. De duidingsprogramma's van VRT geven een wat gelijkere verdeling van de partijen dan het journaal. De casussen tonen daarnaast aan dat VRT meer dan andere media de zuivere oppositiepartijen, zoals het Vlaams Belang, aan bod laat komen.

De onderzoeksresultaten worden onder andere verklaard door de ijzeren wet dat wie macht heeft, media-aandacht krijgt. De media reflecteren vaak machtsverhoudingen. Het is wel een illusie te denken dat meer media-aandacht automatisch tot meer macht zou leiden.

Daarnaast speelt ook de specifieke Belgische context een belangrijke rol. In ons land bestaan 'halve' regeringspartijen. Zo kan de aandacht voor een partij als de N-VA niet eenduidig worden gecategoriseerd als aandacht voor de oppositie of voor de meerderheid.

Tot slot krijgen interne tegenstellingen binnen een regering stevast heel wat mediafocus, die dan ten koste gaat van de aandacht voor de oppositie.

2. Bespreking

2.1. Klaas Slootmans

Klaas Slootmans noemt het rapport een verhelderend onderzoek. Het bevestigt dat het 'cordon médiatique' na 2021 een nieuwe adem heeft gevonden, en dat bepaalde partijen nog altijd als paria's behandeld worden. VRT doet haar reputatie als staats- of regeringsomroep alle eer aan. Klaas Slootmans herinnert aan een uitspraak van Stefan Walgraeve, die twee jaar geleden heeft aangegeven dat dergelijke cijfers hem van een land als Rusland niet zouden verbazen. Na de voorliggende cijfers te hebben gezien, vindt hij die stelling nog altijd opgaan.

De vermelde onderzoeksconclusies zijn duidelijk en onloochenbaar, maar Klaas Slootmans mist concrete beleidsaanbevelingen. Hij beseft dat zoiets niet tot de opdracht van de onderzoekers behoort, maar kan zich wel voorstellen dat Peter Van Aelst enkele beleids- en eventueel ook redactieaanbevelingen heeft om het tij te keren.

Bij een vorige hoorzitting is voorgesteld om in een internationale benchmark na te gaan of andere openbare omroepen op dezelfde manier als VRT met politieke partijen omgaan en een zo grote machtslogica laten spelen. Klaas Slootmans wil weten of men daarmee aan de slag is gegaan en wat de eventuele stand van zaken is.

De spreker verklaart de redactionele keuzes ook vanuit de politieke voorkeur van journalisten. Een recente studie heeft uitgewezen dat Vooruit erg goed ligt bij het journalistieke korps, in tegenstelling tot de huidige electorale verhoudingen in Vlaanderen. Professor Van Aelst heeft in het verleden al aangegeven dat er meer nood is aan heterogeniteit binnen redacties. Klaas Slootmans acht de huidige

ideologische homogeniteit binnen redacties verantwoordelijk voor hun de facto doofheid voor bepaalde problemen in de samenleving.

Hij vraagt aan Peter Van Aelst en Frederik Delaplace hoe deze situatie zich vertaalt in concreet beleidsadvies, specifiek ook met betrekking tot het aanwervingsbeleid. Hoe gaat VRT bij haar aanwervingen aan de slag met die nood aan meer heterogeniteit? Zal ze positief discrimineren, zoals ze ook voor allochtonen doet? Zal ze bijvoorbeeld bij een oververtegenwoordiging van mensen uit een stedelijke context, meer mensen uit een landelijke context aanwerven?

2.2. Karin Brouwers

Karin Brouwers constateert voor 2022 een toch wel schever dan verwacht uitvallende aandachtsverdeling. Ook in een jaar dat niet zo sterk als 2021 door één thema gedomineerd is, hebben de machtslogica en de focus op regeringspartijen heel sterk doorgewogen. Het commissielid vraagt zich af welke acties VRT zal ondernemen om het evenwicht in verkiezingsjaar 2024 te bewaken. Hebben de onderzoekers eventueel aanbevelingen op dat vlak?

2.3. Katia Segers

Volgens *Katia Segers* toont het onderzoek zwart-op-wit aan dat de journalisten van VRT exact doen wat van hen verwacht wordt, op basis van de deontologische code en de beheersovereenkomst, namelijk onafhankelijke journalistiek verrichten. Ze zijn onafhankelijk in hun informatieverstrekking en duiding. Het kleine verschil in verdeling tussen het journaal en de duidingsprogramma's wijt het commissielid aan de actualiteit. In crisistijden zullen het soort crisis en de regeringswoordvoerder bepalen wie het meest aan bod komt.

De spreker vindt de vraag van Karin Brouwers interessant en is net als zij geïnteresseerd in de aanbevelingen van de onderzoekers. Hoe dan ook is ze er op basis van de onderzoeksresultaten met betrekking tot de duidingsprogramma's gerust in dat de VRT-journalisten altijd hun werk zullen blijven doen op de manier die van hen verwacht wordt.

Ook de suggestie van Klaas Sloomans in verband met een internationale benchmark vindt de spreker een goed idee. Katia Segers wijst er wel op dat ook privaatrechtelijke omroepen gebonden zijn aan artikel 39 van het Mediadecreet "dat de informatieprogramma's, de mededelingen en de programma's met een algemeen informatieve inslag, en alle informatieve programmaonderdelen in een geest van politieke ideologische onpartijdigheid worden verzorgd". In een internationale benchmark zou ook een analyse van de DPG- en Play-zenders interessant zijn. Wat denken de onderzoekers daarover?

2.4. Meyrem Almaci

Meyrem Almaci herinnert er eerst aan dat het onderzoek van de UA Antwerpen in opdracht van de VRM is gevoerd. De VRM heeft hierover aan het parlement gerapporteerd. Men kan van de onderzoekers dus moeilijk zomaar beleidsaanbevelingen verwachten bij heel specifieke politiek en ideologisch geïnspireerde zaken. Ze hoeven daar niet per se op te antwoorden.

Het geboden overzicht is erg interessant, maar nogal grofmazig. Meyrem Almaci polst of er de voorbije tien jaar een uitschieter is geweest, bijvoorbeeld tijdens de coronacrisis. Deze niet-evidente context wordt wat uitgevlakt in een longitudinale weergave. Is er iets opmerkelijks gebeurd in die periode, waaruit men eventueel wat kan leren?

2.5. Antwoordenronde

Peter Van Aelst pleit voor diversiteit binnen alle geledingen van VRT, ook binnen het journalistieke korps.

Het vertrouwen van Vlaanderen in de openbare omroep is voorlopig hoger dan in andere landen. Voor het behoud daarvan zijn diversiteit en soms enige terughoudendheid aangewezen. Een VRT-journalist moet net iets voorzichtiger zijn. Het is een goed idee om journalisten uit het platteland aan te trekken, aangezien die meer voeling hebben met wat daar leeft.

De bewering dat VRT een staatsomroep zou zijn die nauwelijks ruimte biedt aan de oppositiepartijen, spreekt *Peter Van Aelst* tegen. Zelfs een medium als Doorbraak, dat positiever staat tegenover het gedachtegoed van het Vlaams Belang, besteedt niet meer aandacht aan een Vlaams Belangstandpunt dan VRT. In het algemeen lijken media volgens de data te focussen op het beleid, en minder op de zijlijnspelers. Dat zal in 2024, een verkiezingsjaar, anders zijn. In het kader van de verkiezingen zullen alle media, VRT op kop, de evenwichten meer respecteren.

Een Duitse studie heeft aangetoond hoe de overheid erg veel aandacht heeft gekregen in coronatijden. Meer dan normaal is er toen gefocust op machtslogica, waarbij een beperkt aantal ministers, meestal de premier en de minister van Volksgezondheid, veel aandacht hebben gekregen. De cijfers waren spectaculair, maar de situatie was ook hoogst uitzonderlijk.

De aandacht voor het beleid in de media is doorgaans een erg kritische aandacht. Een wetenschappelijke publicatie daarover zou best interessant zijn.

2.6. Aanvullende vragen en antwoorden

Katia Segers komt terug op haar vraag om een onafhankelijkheidsonderzoek uit te voeren bij alle omroepen, niet alleen VRT.

Peter Van Aelst wijst erop dat het VTM-nieuws nu al volledig wordt geanalyseerd. Een eventuele bijkomende opdracht zou beter buitenlandse benchmarking omvatten. In het buitenland gebeurt het onderzoek wel vaak steekproefsgewijs, terwijl Vlaanderen over exacte data beschikt van alle nieuwsuitzendingen en alle duidingsprogramma's. Het zou interessant zijn om te weten of zich in bijvoorbeeld Nederland en Duitsland dezelfde logica voltrekt, en in welke mate.

Katia Segers vindt het belangrijk dat de VRM toekijkt op de naleving van het Mediadecreet in zijn geheel.

Meyrem Almaci brengt onder de aandacht dat verschillende commerciële zenders een nieuw soort programma's brengen dat het midden houdt tussen entertainment en duiding. Die programma's claimen een zekere nieuwswaarde. Een eventuele benchmark zou eerst moeten definiëren wat ze precies onder nieuws verstaan. Horen ook luchtige formats daarbij?

Carlo Adams wijst erop dat een grondiger vergelijking met VTM een aparte opdracht zou vergen. De kern van het voorliggende onderzoek is de onpartijdigheid van VRT, niet die van alle andere zenders. Het zou inderdaad interessant kunnen zijn om een vergelijking met het buitenland te maken, maar *Carlo Adams* is geen grote kenner van het buitenlands aanbod en zal daarover geen grote uitspraken doen. *Peter Van Aelst* wijst erop dat VTM alle nieuwsuitzendingen in het elektronisch nieuwsarchief ter beschikking stelt. Ze worden, ongevraagd en zonder dat het in de opdracht zit, gebruikt als benchmark voor VRT. Hij dankt VTM daarvoor.

Van de zogenaamd luchtige programma's met nieuwswaarde is De tafel van vier eigenlijk het enige voorbeeld. Dat lijkt voer voor een interessante thesis. Meer onderzoek vraagt meer middelen. Zelfs het voorliggende onderzoek heeft meer gekost dan de VRM ter beschikking heeft gesteld. Universiteit Antwerpen heeft eigen middelen toegevoegd omdat het onderzoek wetenschappelijk interessant is.

II. Jaarverslag 2022 van VRT

1. Toelichting

1.1. Voorzitter raad van bestuur

Frieda Brepoels, voorzitter van de raad van bestuur van VRT, kijkt terug op een hectisch 2022, maar wil vooral vooruitkijken. De uitdagingen zijn legio, niet in het minst wat de kostenbeheersing en het verwerven van de eigen middelen betreft. Over het laatste is er grote bezorgdheid bij de raad van bestuur. Een goed gesprek met de minister van Media heeft vooralsnog niets opgeleverd. Precies een jaar geleden is de raad van bestuur versterkt met vier onafhankelijke bestuurders. De mix van competenties heeft een nieuwe dynamiek teweeggebracht, onder meer door de inbreng uit de praktijk. Door enkele wissels in de fractievertegenwoordiging zal er in de raad binnenkort ook genderevenwicht zijn.

VRT heeft voor alle Vlamingen haar publieke opdracht waargemaakt op het vlak van informeren, cultuur, educatie, sport en ontspanning. In een tijd waarin media-consumptie, -behoeften en -landschap in een razendsnel tempo evolueren, is zoiets niet evident. Met acties als De Warmste Week en programma's als De Inspecteur, Restaurant Misverstand en Factcheckers heeft de omroep een maatschappelijke meerwaarde gerealiseerd. De heropening van het KMSKA was een ongezien succes, mede dankzij de inzet van VRT.

Het transformatieplan heeft heel wat teweeggebracht bij zowel de medewerkers die het bedrijf verlaten hebben als degenen die er zijn gebleven. Het management werkt keihard aan de interne informatie en aan maatregelen die het welzijn van de medewerkers en de sfeer op de werkvloer bevorderen. Het bedrijf moet een gezonde toekomst kunnen uitbouwen.

De beheersovereenkomst bevat een besparingstraject van 25 miljoen euro. Om relevant te blijven moet de digitale sprong versterkt en versneld worden. De keuzes in dat licht hebben niet alleen het personeel getroffen, maar waren organisatiebreed. Voor het eerst in de geschiedenis van de omroep werd gehandeld vanuit een toekomstvisie, met volledige steun van de raad van bestuur.

De publieke omroep heeft niet alleen zijn 1900 medewerkers en zijn schermgezichten, maar ook de Vlaamse volksvertegenwoordigers hard nodig. Zij kunnen VRT een toekomst bezorgen die aan de verwachtingen beantwoordt. Het regelgevende kader rond thema's als desinformatie en fake news moet voldoende snel evolueren. Een overkoepelende aanpak dringt zich op. Steeds meer Vlaamse mediabedrijven werken in een internationale context en verleggen de focus. Dat maakt de rol van de publieke omroep voor de Vlaamse samenleving en de creatieve sector nog belangrijker.

Frieda Brepoels gaat dan in op de stimuleringsplicht. Ze pleit voor fair verdeelde investeringen, met een betere bescherming van de onafhankelijke Vlaamse productiehuizen.

De zichtbaarheid van Vlaamse mediabedrijven op digitale mediaplatformen is een uitdaging. Frankrijk, Duitsland, Ierland, Italië en het Verenigd Koninkrijk hebben

al op een Europese richtlijn ingespeeld om publieke omroepen prominent op alle interfaces te zetten. Het is hoog tijd dat ook Vlaanderen daar werk van maakt.

Het mediagebruik en -aanbod zijn halverwege de periode 2021-2025 zo snel geëvolueerd dat de beheersovereenkomst niet flexibel genoeg is gebleken om te kunnen inspelen op nieuwe trends en fenomenen. VRT bouwt momenteel haar digitaal huis sterk uit rond haar twee centrale platformen VRT MAX en VRT NWS. Maar daarmee is de digitale omslag niet af. De digitale transformatie zal ook invloed hebben op het lineaire aanbod. Daar zou VRT sneller zelfstandige keuzes moeten kunnen maken.

Ook met betrekking tot de eigen middelen pleit de VRT-voorzitter voor gesprekken in een open geest. VRT haalt 40 procent van haar middelen op in de markt om ze vervolgens volledig voor iedereen in Vlaanderen te investeren. Die eigen middelen moet ze op een marktconforme manier uit de markt halen, maar er bestaan zoveel meer mogelijkheden die de commerciële mediaspelers niet benadelen. Zonder een aanpassing van de beheersovereenkomst kan VRT die middelen niet aanboren. Er komen ook dringende vragen uit de adverteerderssector, die nu vaak noodgedwongen naar internationale platformen uitwijkt.

Er zijn veel meer katten te geselen dan de realisatie van de KPI's alleen, besluit Frieda Brepoels. Ze nodigt allen die volgend jaar eventueel betrokken zouden zijn bij een nieuw Vlaams regeerakkoord, uit om zich goed over het Vlaamse mediaveld en de publieke omroep te informeren. De CEO en de VRT-experts verlenen graag informatie over alle belangrijke dossiers.

1.2. Uitvoering van de beheersovereenkomst

Frederik Delaplace, gedelegeerd bestuurder van VRT, stelt de resultaten uit 2022 voor. Hij dankt daarvoor uitdrukkelijk de hele organisatie met haar 1900 medewerkers. Met 39 KPI's is de beheersovereenkomst best wel pittig. Frederik Delaplace is dan ook tevreden met de analyse van de VRM over de realisatie van de vele uitdagingen. Hij is er trots op dat de publieke omroep de afspraken die 2,5 jaar geleden werden gemaakt, heel goed weet in te vullen.

Misschien de meest onderscheidende factor van VRT als publieke omroep is haar publieke meerwaarde. Vaak wordt dan verwezen naar grote namen en grote successen, zoals Kom op tegen Kanker, Alles in de strijd of Taboe, maar de spreker vindt dat die meerwaarde eigenlijk voor het volledige aanbod van VRT geldt. Doorheen dat hele aanbod probeert ze die publieke en maatschappelijke meerwaarde waar te maken, door te focussen op informeren, inspireren en verbinden. Niet alleen in het afgelopen jaar is VRT daarin goed geslaagd, maar ook in het voorjaar van 2023 kan ze goede resultaten voorleggen. Frederik Delaplace geeft als voorbeeld de samenwerking met de commerciële media voor de slachtoffers van de aardbeving in Turkije en Syrië, het nieuwe thema van De Warmste Week, initiatieven rond digitale inclusie of Het verhaal van Vlaanderen.

Maatschappelijke meerwaarde betekent: er zijn van en voor alle Vlamingen. De CEO is dan ook tevreden dat VRT op wekelijkse basis nog altijd 90 procent van alle inwoners van Vlaanderen bereikt. Ook haar nieuwsaanbod bereikt nog altijd meer dan 80 procent van de Vlamingen. Er zijn duidelijke ambities vastgelegd op het vlak van inclusie. Het VRM-toezichtsrappport geeft al blijk van de extra inzet op de schermaanwezigheid van vrouwen. VRT heeft zich aangesloten bij het 50:50-initiatief van de BBC en focust in haar nieuwsaanbod dus hard op een genderevenwicht. Ook de cijfers betreffende de schermaanwezigheid van mensen met een migratieachtergrond of een beperking gaan al goed in de richting van de 2025-doelstelling. De gedelegeerd bestuurder verwijst in dat verband ook naar een nieuw nog te lanceren programma met Karl Meesters als belangrijk gezicht.

Frederik Delaplace staat vervolgens stil bij aspecten van de publieke opdracht die wat minder aandacht krijgen. Zo wordt momenteel al 100 procent van het lineaire videoaanbod ondertiteld, en 94 procent van het aanbod op VRT MAX. Daarvoor zet VRT 32 medewerkers in.

De spreker benadrukt het belang van de schermgezichten voor het invullen van de VRT-missie. Zonder hen zal het niet lukken om van en voor alle Vlamingen te zijn of een relevant bereik te halen. VRT zet daarom ook hard in op de creatie van nieuwe namen, zoals Pommeliën Thijs, Francisco Schuster of Gloria Monserez. Door de uitwisseling van schermgezichten zijn die gezichten ook op de commerciële zenders te zien. VRT doet immers vaak dienst als opleidingscentrum voor nieuwe schermgezichten. Regelmatig verlaten die talentvolle schermgezichten dan na enkele jaren VRT voor een commerciële speler. Maar die opleiding maakt nu eenmaal deel uit van de opdracht van VRT, die daarin zal blijven investeren, ook als dat talent nadien al eens verloren gaat voor haar.

Over die schermgezichten heeft VRT een afspraak met de minister van Media, waarover er sinds vorig jaar enige transparantie is gekomen in het jaarverslag. Het voorliggende jaarverslag vermeldt negentien schermgezichten bij VRT, evenveel als het jaar voordien. Vorig jaar al heeft Frederik Delaplace het aantal schermgezichten minder belangrijk genoemd dan hun diversiteit. Onder de vermelde negentien gezichten is er een toename van het aantal vrouwen met twee, en zijn er ook twee nieuwe Vlamingen.

Het bedrag dat VRT in 2022 aan schermgezichten heeft gespendeerd, ligt niet hoger dan in 2021. Toch zijn er in 2022 twee schermgezichten in de hoogste categorie van meer dan 300.000 euro terechtgekomen. Dat komt vooral door een hoger werkvolume. Al bij de voorstelling van het jaarverslag van 2021 heeft Frederik Delaplace aangegeven dat VRT van die schermgezichten heel veel rendement verwacht.

Frederik Delaplace vindt negentien schermgezichten nog altijd veel. Met de minister van Media is afgesproken om extra te diversifiëren maar ook om nog te matigen. Zo is afgesproken om de portefeuille tegen 2025 te herleiden tot maximaal vijftien personen. VRT streeft naar een perfect genderevenwicht op zo kort mogelijke termijn, maar sommige lopende contracten moeten wel nog hun einddatum bereiken.

VRT is succesvol in haar streven om zich met iedereen te verbinden. Zo investeert de organisatie niet alleen in de populairste sporten, maar ook in een aantal kleinere. De combinatie van grote, populaire sporten en kleinere sporten blijkt prima resultaten op te leveren. De spreker wijst op de bijzonder hoge kijkcijfers van de Ronde van Vlaanderen voor vrouwen en de EK-finale basketbal met de Belgian Cats.

VRT heeft in haar verbindende opdracht ook bijzondere aandacht voor levensbeschouwing. In de toekomstige programmatie blijft VRT daarin investeren, zowel op radio als op televisie.

Ook in de leeftijdspiramide van VRT komt de vergrijzing naar voren. Driekwart van de VRT-televisiekijkers is ouder dan 55 jaar. Daarmee pareert Frederik Delaplace de kritiek dat VRT bijna uitsluitend zou investeren in aanbod voor jongere kijkers. Ze investeert net meer dan alle andere zenders in een aanbod voor de oudere kijker.

Voor de toekomst van VRT zal digitale slagkracht een kernbegrip moeten zijn. In 2022 kondigde VRT aan dat ze VRT NU zou omvormen tot VRT MAX. Het is een bijzonder succesvolle rebranding gebleken: elke week gebruiken bijna 1 miljoen

Vlamingen VRT MAX, een stijging met 350.000 ten opzichte van een jaar eerder. Het aantal geconsumeerde media-uren is eveneens met 42 procent gestegen. Daarmee is VRT MAX het grootste lokale streamingplatform. Ook voor podcasts is VRT MAX het belangrijkste consumptiekanaal geworden, vóór Spotify en Apple. VRT MAX is trouwens niet louter een bibliotheek voor VRT-content. Er worden ook web-only's geproduceerd.

Op haar digitale platformen probeert VRT het smaakverbredende aspect en de publieke meerwaarde te bevestigen. Van elke VRT MAX-gebruiker analyseert VRT geanonimiseerd welke programma's hij of zij consulteert. In tegenstelling tot andere platformen zal VRT MAX niet nóg meer van hetzelfde suggereren, maar net een aanbod dat wat afwijkt van de eerder geconsulteerde content. Het effect daarvan is dat de smaakscore of smaakbreedte van de gemiddelde VRT MAX-gebruiker gestegen is van 29 naar 34 procent.

Die smaakverbreding past VRT ook op haar lineaire aanbod toe. Er waren soms vragen bij een programma als *Ons huis/Nieuw huis*, maar net met dat soort programma's weet VRT weer jongere kijkers aan zich te binden, kijkers die daarna blijven hangen en andere VRT-content ontdekken.

Bij de openbare omroep zijn nieuws, informatie en duiding belangrijke items. Uit bevestigingen is opnieuw gebleken dat de Vlaming het nieuwsaanbod van VRT als het betrouwbaarste blijft beschouwen. Dankzij de digitale platformen bereikt VRT met haar nieuwsaanbod dubbel zoveel Vlamingen als wanneer ze alleen lineair zou uitzenden. Dat bewijst de nood om in het digitale verhaal te blijven investeren.

Frederik Delaplace staat vervolgens stil bij het regionale aspect, en dus ook de vernieuwingsoperatie bij Radio2.

Radiozenders hebben een trouwe aanhang, maar naar analogie met televisie is het ook daar nodig om nieuwe luisteraars aan te trekken. Dat is geen keuze voor jong tegen oud, wel een keuze voor de toekomst. Bij Radio2 viel op dat de instroom van nieuwe luisteraars beperkt blijft, dat luisteraars niet meer op de gangbare tijdstippen naar het regionieuws luisteren en dat ze vaak ook meerdere regio's volgen. Op basis van die vaststellingen heeft VRT beslist om het Radio2-aanbod enigszins aan te passen en te vernieuwen.

Sommige elementen van de vernieuwingsoperatie lijken al vruchten af te werpen, sommige andere doen dat nog niet – met de nadruk op 'nog'. De digitale consumptie van regionaal nieuws is gestegen: 25 procent van de digitale nieuwsconsumptie betreft regionaal nieuws, goed voor maandelijks ongeveer 12 miljoen clicks op VRT NWS. De luistercijfers van Radio2 zijn dan weer gedaald, maar het blijven nog altijd met voorsprong de hoogste van Vlaanderen. Een vernieuwing vraagt bovendien tijd. De operatie is nog maar drie maanden aan de gang, een veel te korte termijn om ze al te beoordelen. Frederik Delaplace neemt de neerwaartse trend zeker ernstig, maar gelooft dat de luistercijfers op termijn weer zullen stijgen, onder andere dankzij de straffe zomer- en najaarsprogrammatie.

VRT heeft als doelstelling tegen 2025 20 procent van haar inkomsten te investeren in de externe Vlaamse productie- en facilitaire sector. Ze doet dit op dit moment voor 111 miljoen euro of 24,7 procent, en haalt de doelstelling daarmee nu al ruimschoots. Dit beleid heeft onder andere geresulteerd in reeksen als *De Twaalf*, *Twee zomers* en *Lost Luggage*, en in diverse extern geproduceerde podcasts.

VRT neemt haar rol om het digitale ecosysteem te versterken heel ernstig. Heel recent heeft ze een akkoord gesloten met Streamz om samen te werken aan de ontwikkeling van Vlaamse fictie. Voor de reclamewerving heeft VRT nieuwe samenwerkingsovereenkomsten gesloten met Mediahuis en Ads & Data.

1.3. Transformatieplan

Het transformatieplan is een moeilijk dossier met enkele pijnlijke of emotionele aspecten, zoals de uitbesteding van de productie van Thuis en de optimalisatie van de interne werking. De uitbesteding van Thuis zal vooral positieve gevolgen hebben, ook voor de 67 betrokken medewerkers. Wat de interne werking betreft, is het aantal gedwongen ontslagen na overleg met de vakbonden tot vijftig beperkt gebleven.

Het transformatieplan was ook bedoeld om een sterker intern productiehuis te creëren. VRT Studio's is ondertussen gelanceerd en is met zowat 160 medewerkers meteen ook een van Vlaanderens grootste productiehuisen. In de toekomst zal VRT dus veel meer eigen producties maken.

Het transformatieplan behelsde eveneens een grote investering in digitale competenties. In de eerste zes maanden van 2023 hebben 1530 medewerkers een opleiding gevolgd, die daar veelal op was gericht.

Voorts heeft VRT haar inkomsten en uitgaven geoptimaliseerd. De afgelopen jaren heeft VRT het reclameplafond niet meer overschreden. In 2022 is ze er zelfs 5 miljoen euro onder gebleven. Toch is de eindbalans dankzij efficiëntiewinsten zo goed als in evenwicht gebleven.

1.4. Toekomst van VRT

De openbare omroep denkt al na over de nieuwe beheersovereenkomst, voor de periode tot 2030. Aan het huidige evolutietempo zal het medialandschap er in 2030 opnieuw helemaal anders uitzien. De nieuwe beheersovereenkomst moet robuust genoeg zijn om daarmee om te gaan.

De grootste uitdaging voor de openbare omroep is om de sterkste en creatiefste talenten in huis te houden. VRT moet een aantrekkelijke werkgever blijven.

De toekomst van VRT behelst ook het nieuwe gebouw, waaraan volop gewerkt wordt. De bedoeling is dat het gebouw in 2025 wordt opgeleverd, waarna het voorzien kan worden van mediafaciliteiten. De intrede in het nieuwe gebouw is voorzien voor na de zomer van 2026. Dat zal geen dag te laat zijn, oordeelt Frederik Delaplace.

Ook aan haar interne transformatie zal VRT blijven voortwerken. Het betreft onder andere de kostenbeheersing, de inkomstenmaximalisatie, de opleiding van medewerkers en de aansluiting bij nieuwe digitale mogelijkheden. In die optiek zal er tegen het einde van de zomer voor Studio 3, waar onder andere Terzake en De Afspraak worden opgenomen, een nieuwe, multifunctionele studio in gebruik komen. Een grote LED-muur zal er voor heel wat programma's eindeloze decormogelijkheden bieden. Die installatie zal trouwens mee naar het nieuwe gebouw kunnen verhuizen.

VRT blijft achter de schermen ook inzetten op samenwerking, zeker voor zaken die niet specifiek haar identiteit bepalen.

Europese regels bieden mogelijkheden om de vindbaarheid van lokale media van zowel publieke als commerciële spelers te verhogen op alle platformen. Frederik Delaplace roept de minister van Media op om daar werk van te maken.

VRT zou sneller moeten kunnen inspelen op het snel veranderende mediagedrag. Voor heel wat evoluties belemmert de beheersovereenkomst haar om gelijke tred te houden met andere spelers. Nieuwe gespecialiseerde digitale radiokanalen

blijken bijvoorbeeld heel populair, maar VRT kan er maar een heel klein graantje van meepikken. Ook op het vlak van reclamewerving en digitale groei is haar bewegingsvrijheid beperkt.

Daarbovenop komt de afspraak uit de beheersovereenkomst om 25 miljoen euro structureel te besparen. Ondanks het transformatieplan, de inflatiekosten en de tegenvallende reclame-inkomsten, is VRT er in 2022 in geslaagd een resultaat in evenwicht voor te leggen, maar dat zal de openbare omroep niet blijven volhouden. De gemiddelde inflatie van 1,8 procent waarmee de beheersovereenkomst rekening hield, is al helemaal achterhaald door de feiten. In tegenstelling tot de lonen van de VRT-medewerkers worden de werkmiddelen – al ruim tien jaar – niet geïndexeerd. Die praktijk leidt tot een groot verschil tussen de voorspelde en reële exploitatiekosten voor de periode tot 2027, en dreigt onhoudbaar te worden. VRT wil dan ook graag de dialoog aangaan met de minister van Media en het Vlaams Parlement over mogelijke oplossingen. Het kan gaan om meer overheidsmiddelen, meer flexibiliteit om eigen middelen te verwerven, en meer flexibiliteit om in te spelen op de veranderende gebruikersnoden.

VRT heeft de ambitie een sterke en wendbare publieke omroep te zijn en blijven, met een meerwaarde voor de maatschappij en het ecosysteem, en met kwaliteitsvolle programma's op alle relevante platformen. De resultaten voor 2022 bevestigen die ambitie. De uitdaging is om dat in 2030 te kunnen blijven doen.

Frederik Delaplace sluit af met een vooruitblik naar het verkiezingsjaar 2024. 550.000 Vlamingen zullen dan voor het eerst naar de stembus trekken. Niet zozeer het klassieke VRT-aanbod als de digitale media en de jongerenkanalen zullen de nieuwe kiezers bereiken. VRT zal daar dan ook hard op inzetten, besluit Frederik Delaplace.

2. Bespreking

2.1. Katia Segers

Katia Segers spreekt haar uitdrukkelijke waardering voor de publieke omroep uit. VRT slaagt erin om in erg moeilijke omstandigheden te blijven doen wat de Vlaamse Regering van haar verwacht.

De organisatie zet hard in op de vindbaarheid van haar programma's. Haar bekommernis om prominent aanwezig te zijn op diverse platformen is terecht. Het is ook een rechtenkwesitie. Hoe voorkomt VRT dat er auteursrechten worden misgelopen? Hoe anticipeert ze hierop?

De voorzitter geeft aan dat VRT de 40 procent aan eigen middelen op een flexibele manier wil werven. Wat is daarvoor concreet nodig?

VRT was al langer op zoek naar een schermgezicht met een handicap. Is Karl Meesters het resultaat van die zoektocht? Blijft het bij Niks te zien, of wordt dit een langdurige samenwerking?

Aanvankelijk zijn de exclusiviteitscontracten alleen naar mannen gegaan. Nu zijn er ook twee vrouwen bij. Niettemin zou de totaalsom niet stijgen. Hoe kan dat? Zijn er contracten afgelopen? Een exclusiviteitscontract duurt maximum vijf jaar, een eeuwigheid in medialand. Vooruit blijft deze contracten en bedragen erg wrang vinden. Hoewel VRT andermaal zal bevestigen dat ze marktconform zijn, spreken andere mediabedrijven dat tegen.

De grafiek toont dat de digitale consumptie van regionaal nieuws is gestegen. Gaat het om nieuwe fans en luisteraars van Radio2? Worden er meer jongeren

aangetrokken? Katia Segers wil graag detailcijfers. Ze stelt dalende luistercijfers vast bij Radio2, toch het paradepaardje van de radio's, met een groot belang voor het lokale en regionale nieuws. Door het wegvallen van de regioblokken lijkt de focus nu op steden en middelgrote gemeenten te liggen. Het kan niet de bedoeling zijn dat er minder aandacht is voor de kleinere gemeenten. Dat zou een democratisch deficit betekenen. Katia Segers heeft de cijfers schriftelijk opgevraagd en kijkt uit naar de resultaten.

Frederik Delaplace beweert dat de 67 medewerkers van Thuis perfect gelukkig zijn bij Eyeworks en niets hebben ingeleverd. Katia Segers heeft toch andere geluiden gehoord en wil meer uitleg.

Ze wil ook meer details over de smaakverbreding, en een toelichting bij de onderzoeksmethode waarmee die wordt gemonitord.

De indexering van de werkingsmiddelen zal op de tafel van een volgende Vlaamse Regering moeten komen.

Waar ziet VRT de win-win in haar samenwerking met Streamz?

Vervolgens gaat Katia Segers in op enkele KPI's. Hoe gaat VRT, in verband met KPI 8, aan de slag met het forensisch rapport van Audit Vlaanderen? Welke vier aanbevelingen zijn nog niet afgerond? Wanneer zullen ze dat dan zijn?

In verband met KPI 9 merkt het lid op dat het vermelde bereik van 90 procent, eigenlijk een daling met 2,4 procent impliceert. Ze situeert de daling vooral bij de 25- tot 44-jarigen. Daar bedraagt de nieuwe daling 4,8 procent, en op twee jaar gaat het daarmee om bijna 10 procent. Welke extra actie onderneemt VRT om deze groep aan boord te houden?

Het schermaandeel van vrouwen – KPI 10 – gaat licht vooruit: van 40,1 naar 40,8 procent. Er zal wel een versnelling nodig zijn om in 2025 48 procent te halen.

Katia Segers feliciteert VRT voor het werk dat ze van KPI 12 heeft gemaakt: overleggroepen met slechtzienden en slechthorenden.

Het VRT-nieuwsaanbod, gevat in KPI 19, heeft 82,4 procent bereikt, tegenover 87 procent in 2021. Het jongerenbereik is met 4 procent gedaald. Betreft dit alleen televisie of alles samen?

Welke stappen zijn er al gezet om de evaluatie van de samenwerkingsverbanden door een onafhankelijke deskundige te laten meten, zoals KPI 37 voorschrijft? Wanneer komen er resultaten?

2.2. Karin Brouwers

Karin Brouwers feliciteert de directie en raad van bestuur van VRT voor het jaarverslag en de schitterende resultaten, en de programmamakers voor hun werk, inspiratie en relevantie. Het commissielid waardeert dat VRT aangeeft dat niet elk programma de gewenste maatschappelijke impact heeft gehad.

Ze gaat eerst in op het transformatieplan. Na de zomer zou er een nieuwe ontslagronde volgen. In de onderhandelingen met de vakorganisaties werd het aantal naakte ontslagen beperkt tot 47,4 vte's. In 2022 betekende dit al een afscheid voor vijftig mensen. Hoeveel zullen er nog volgen?

Heel wat VRT-medewerkers hebben intussen zelf ontslag genomen. Wat is de impact op het aantal gedwongen ontslagen? Welke invloed heeft de verkoop van Thuis aan Eyeworks op de financiën van VRT?

Er zouden meer mogelijkheden moeten komen voor commerciële communicatie. Wat bedoelt VRT daar concreet mee?

Vervolgens gaat Karin Brouwers in op de vernieuwing van Radio2. Ze steunt de inspanningen om meer jongeren te bereiken, maar die mogen niet ten koste gaan van de groeiende groep 50- en 60-plussers. Het beoogde bereik bij de doelgroep 25- tot 44-jarigen wordt niet gehaald, maar intussen kalft ook de groep ouderen af. Er zit een denkfout in de veronderstelling dat ouderen worden afgeleid naar de digitale zender Radio2 benebene. In werkelijkheid gaat het om jongere luisteraars, die amper nog naar een klassiek radiotoestel luisteren. De cijfers bewijzen dat het zo niet werkt: Radio2 benebene haalt een marktaandeel van amper 0,8 procent. Door de verjongingsoperatie bij Radio2 en VRT 1 dreigt VRT een cruciale bevolkingsgroep te verliezen aan andere radiozenders. Het is net de opdracht van VRT om ook de commercieel minder interessante leeftijdsgroepen te bereiken. Karin Brouwers suggereert een informatiecampagne om de oudere doelgroep naar de digitale radiokanalen te begeleiden, en om de muziekkeuze op het station uit te breiden met muziek in verschillende talen uit de jaren 50 tot en met de jaren 80.

De veranderde regionale berichtgeving wekt onrust. Cijfers tonen dat er meer regionale berichten zijn en dat ze ook geconsumeerd worden. Maar zijn ze voldoende kwaliteitsvol? Komen er inderdaad meer steden aan bod? Is de aandacht voor futiliteiten en trivialiteiten niet te groot? VRT moet voldoende kwaliteitsvol regionaal nieuws garanderen, en niet alleen op haar app.

Uit het jaarverslag komt te weinig aandacht voor duurzaamheid naar voren. De Europese Green Deal kijkt uitdrukkelijk naar de inspanningen van de cultuur- en de mediasector. Het gaat dan over meer dan kartonnen bekertjes en veganistische maaltijden. Er worden inspanningen verwacht om de ecologische voetafdruk doorheen het hele productieproces te reduceren. Welke inspanningen levert VRT op dat vlak?

Er vindt nu structureel overleg plaats met de levensbeschouwelijke organisaties, in overeenstemming met de KPI's 5 en 6. Karin Brouwers vond Mijn God van Phara de Aguirre erg boeiend. Worden er nieuwe levensbeschouwelijke programma's voorbereid? Waarderen de organisaties in het levensbeschouwelijke overleg het VRT-aanbod?

VRT neemt een voortrekkersrol waar met betrekking tot het gokreclamebeleid, wat KPI 7 betreft. Hoe schat ze de impact van het federale verbod op gokreclame, dat eerstdaags zal ingaan?

Karin Brouwers komt in het kader van KPI 8 terug op de aanbevelingen van Audit Vlaanderen, meer bepaald op het versterken van het integriteitsbesef door de toepassing van de deontologische code en door het redactiestatuut voor VRT-journalisten die cumuleren of een nevenactiviteit uitoefenen. Daar is nog werk aan, evalueert het commissielid. VRT kan immers geen sancties treffen als iemand doelbewust nevenactiviteiten verborgen houdt. In een gemeente moet een ambtenaar toestemming vragen om een zelfstandig bijberoep uit te oefenen. Kan dat niet als algemene regel worden toegepast? Er moet een coherent, correct en duidelijk kader komen met een gelijkschakeling tussen nevenactiviteiten en cumul. Zoiets zou VRT een referentiekader bieden, mocht er een schandaal opduiken.

VRT heeft niet alle streefcijfers voor diversiteit in beeldvorming en personeelsbestand – KPI 10 – gehaald. Het aantal vrouwen is zelfs gedaald. Wat is de

verklaring? Hoe wil VRT de doelstelling tegen 2025 halen? Wat is het stappenplan voor personen met een beperking?

Er is al meer transparantie met betrekking tot de contracten met schermgezichten, maar die genereert weer nieuwe vragen. Het gesprek over aantallen en bedragen moet worden voortgezet. VRT zou minder afhankelijk moeten zijn van dure schermgezichten en meer moeten inzetten op haar rol als kweekschool van jong talent. De spreker pleit om de Nederlandse minister-presidentnorm ook in Vlaanderen te overwegen. Welk traject heeft VRT om haar rol als kweekschool voor jong talent waar te maken? Welke stappen zet ze om schermgezichten met een beperking op te leiden? Over welk totaalbedrag beschikt ze voor de exclusiviteitscontracten? Hoe past dat bedrag in het financiële beleid van VRT? Kan er meer transparantie komen over de samenstelling van de exclusiviteitscontracten? Hoe verhouden exclusiviteit en prestatievergoeding zich daarin?

Dat er meer aandacht is voor vrouwen- en g-sport, vindt Karin Brouwers fantastisch. Het lid is ook tevreden over de educatieve opdracht – KPI 16 – en de aandacht voor digitale toeleiding voor ouderen, maar ook voor jongeren. Komen er nog meer dergelijke activiteiten?

De helft van de Vlamingen is intussen geregistreerd gebruiker. Geldt dat voor alle leeftijdsgroepen? Hoe zal VRT hun activiteitsgraad verhogen?

De KPI's over de kernopdracht 'betrouwbare informatie' zijn intussen gehaald. Onder meer in de strijd tegen desinformatie heeft VRT heel goed werk geleverd.

Karin Brouwers steunt de inzet van innovatie met het oog op smaakverbreding in het kader van KPI 33, maar vraagt zich af of AI wel voldoende wordt ingezet om mensen die daar misschien geen spontane interesse voor hebben, naar nieuws en duiding te leiden. Algoritmen mogen er alleszins niet voor zorgen dat ze bepaalde belangrijke informatie zouden missen. Hoe heeft VRT dit opgevolgd? Hoe lokt ze kijkers naar nieuws- en actualiteitsprogramma's?

VRT verdient alle lof voor haar indrukwekkende en diverse partnerlijst in overeenstemming met KPI 36. Die getuigt van grote inspanningen ten gunste van het Vlaamse ecosysteem. Karin Brouwers kijkt uit naar de evaluatie van de samenwerkingsinitiatieven – KPI 37 – door een onafhankelijke deskundige, en herhaalt haar eerdere vraag om in het jaarverslag opnieuw de lijst van de externe productiehuisen op te nemen.

Bij de Var staat een directiewissel op stapel. Die situatie zorgt voor ongerustheid over de continuïteit en de werking van de dochteronderneming. In een krimpende advertentiemarkt is het geen gemakkelijke opdracht om de Var te besturen. Wie zal dat doen, met welke bedrijfsvisie? Zullen NRJ en Nostalgie nu wel aansluiten?

VRT heeft het tweede jaar op rij met een verlies afgesloten. 2024 kondigt zich, met twee verkiezingen en veel sportevenementen, aan als een duur jaar. Heeft de omroep zich daarop voorbereid? Is er een eigen spaarpot? Worden de eigen inkomsten verhoogd? Wat is de impact van het dalende bereik van Studio Brussel en MNM en de bijbehorende daling van de reclame-inkomsten op haar financiën?

Wat is de impact van de inflatiecrisis op het budget voor de nieuwbouw? Er komt een nieuw logistiek centrum in Londerzeel. Heeft VRT daar bij het ontwerp van de nieuwbouw al rekening mee gehouden? Wordt het gebouw gehuurd of gekocht? Tegen welke prijs? Verhuizen nog andere afdelingen naar de site in Londerzeel?

Bij wijze van conclusie toont Karin Brouwers zich erg tevreden over het jaarverslag betreffende het tweede jaar van de beheersovereenkomst. De Vlaamse

beleidsmakers moeten de volgende maanden de structurele financiering van de openbare omroep herbekijken. Dat kan door de dotatie te verhogen, meer eigen inkomsten te zoeken of te besparen. De huidige besparingen hebben een limiet bereikt en hypothekeren daardoor de werking van de openbare omroep. De werkingsdotatie moet worden geïndexeerd. Het is voor de cd&v-fractie geen optie dat VRT meer middelen uit de markt zou halen of een nog commerciële koers zou varen.

2.3. Klaas Slootmans

Klaas Slootmans sluit zich aan bij de lofbetuigingen. Hij ziet de door Karin Brouwers vermelde middelenindexering vooral als een vingerwijzing naar haarzelf, aangezien de minister van Media uit cd&v-rangen komt.

Het kelderende marktaandeel van Radio2 is zoals bekend te wijten aan het supprimeren van de regionale omkadering. Bij het overleg daarover met de lokale besturen heeft VRT een evaluatie van de vernieuwing beloofd, mocht deze niet aanslaan. De alarmsignalen en de kelderende cijfers zijn er intussen. Waar blijft de evaluatie?

Een onderzoek van het merkenbeleid heeft vorig jaar aan het licht gebracht dat een op de drie Vlamingen – van de 12- tot 25-jarigen zelfs de helft – VRT niet kent. Toen luidde het nog dat VRT het VTM-merkenbeleid niet zou volgen, maar blijkbaar komt ze daar nu op terug, met VRT 1. Wordt de merkenstrategie alsnog aangevat? Hoe?

Klaas Slootmans kaart de zwijgplichtcirculaire aan, een interne communicatierichtlijn voor het personeel die bepaalt dat alleen de communicatiedienst namens VRT mag communiceren. In alle andere gevallen moet een 'geen commentaar' volstaan. Daar is zowel intern als extern veel kritiek op gekomen. Men sprak onder meer van een toxisch klimaat. Minister Benjamin Dalle noemde die demarche onverstandig. Hoe evalueert de gedelegeerd bestuurder de demarche? Is de circulaire nog altijd van toepassing?

Hoe ziet de CEO de aanpassing van het reclameplatform van VRT concreet?

Vorig jaar werd gesteld dat de aanbevelingen van Audit Vlaanderen tegen eind 2022 zouden zijn geïmplementeerd. Dat is niet het geval. Hoe komt dat? Wat is de nieuwe deadline?

In verband met KPI 14 heeft VRT fors ingezet op veranderend mediagebruik en de bereikbaarheid van jongeren, maar de resultaten blijven uit. De nieuwsbarometer geeft andermaal aan dat jongeren VRT links laten liggen. Er zijn geen wonderoplossingen, maar wie de jeugd niet heeft, heeft ook de toekomst niet. Wat is het noodplan? Zal VRT zich academisch laten begeleiden? Zo niet is het op middellange termijn over en uit.

De samenwerking met andere media-actoren – KPI 37 – loopt niet van een leien dakje. Dat hoorde Klaas Slootmans onder meer bij een niet nader genoemde nichezender en bij DPG Media. Hij kijkt uit naar de evaluatie.

Wat Streamz en de exclusiviteitscontracten betreft, sluit Klaas Slootmans zich aan bij de vragen van Katia Segers. In verband met die contracten vermeldt het onderzoek van DPG Media en zijn merken Humo en Het Laatste Nieuws hallucinante bedragen, terwijl de beheersovereenkomst VRT de hoogste standaarden op het vlak van kostenbewustzijn oplegt. Hanteert ze inderdaad die hoogste standaarden? Werkt deze aanpak niet bijzonder toxisch op de werkvloer?

Klaas Slootmans noemt de transparantie bij VRT totaal onvoldoende. De openbaarheid van bestuur wordt niet gerespecteerd. Zelfs de leden van de raad van bestuur kunnen gegevens niet inkijken, hoewel het management volgens het decreet toch bij de gratie van de raad van bestuur werkt. In de feiten worden de rollen omgekeerd. Het zou de transparantie ook ten goede komen als de vorken in het kader van de exclusiviteit zouden worden bijgesteld.

KPI 21 betreft de onpartijdigheid van VRT. Klaas Slootmans heeft het gevoel gekregen dat het hier voorgestelde rapport niet overeenstemt met wat hij erin heeft gelezen. Het aspect 'spreektijd van de partijen' spreekt op zich al boekdelen. Open Vld, dat amper nog de kiesdrempel haalt in de peilingen, krijgt twintig keer zoveel sprektijd als het Vlaams Belang. Een apothekersweegschaal hoeft niet, maar een minimaal respect voor de electorale verhoudingen is toch wel aangewezen. Daarbij sluit ook het advies van professor Van Aelst aan om in het aanwervingsbeleid de zeer homogene ideologische reacties open te breken. In dezelfde context past ook de aanwezigheid van politici in ontspanningsprogramma's. Het programmacharter noch de verklaring van de CEO dat hij liever geen politici in ontspanningsprogramma's ziet, worden op dat vlak gevolgd.

Tot slot heeft Klaas Slootmans nog twee specifieke vragen. Zijn de 3 miljoen consultaties van Knokke off van unieke gebruikers? Hoeveel ontslagen zijn er nu precies het gevolg van het transformatieplan: 68 of 50?

2.4. Meyrem Almaci

Meyrem Almaci definieert VRT als een publieke, maatschappijgerichte omroeporganisatie, die een maatschappelijke missie moet waarmaken. De spanningen in het huis tonen aan dat er moeilijke keuzes moeten worden gemaakt, al is het een en ander het gevolg van de richting die is ingezet door de Vlaamse overheid. Meyrem Almaci deelt de bekommernissen van Frieda Brepoels over de toekomstige beleidsvisie en ontwikkelingen.

De spreker gaat in op de scherm aanwezigheid. In die context gaat het vaak vooral over gender, etnisch-culturele achtergrond en handicap, maar zij wil het over 'ageing' hebben. Er is een leeftijds piramide in Vlaanderen en bij de kijkers, maar ook bij de schermgezichten en het personeel. Hoe ziet die eruit? Iemand wordt duurder naarmate hij meer anciënniteit heeft. Dat is één aspect. Een ander is dat een groot deel van de kijkers ouder is dan 55 jaar en dat het debat rond schermgezichten echt wel leeft.

Wat de informatievragen betreft, sluit Meyrem Almaci zich grotendeels aan bij de andere leden. Wel wil ze dieper ingaan op het diverse aanbod van VRT. Daarbij herhaalt ze de expliciete vraag over de samenwerking met Streamz, die ze ook aan de minister gesteld heeft. Ze verwacht dat de periode waarin het akkoord zal bestaan, minder lang wordt dan de tijd die nodig is geweest om het akkoord rond te krijgen. Over drie jaar zal alles van nul moeten herbeginnen. Meyrem Almaci polst naar de visie van VRT daarop. Wat met de leverage? Wat als een commerciële zender er niet genoeg return on investment in vindt en eruit stapt?

Een volgende vraag gaat het over het capteren van culturele evenementen, waar de sector echt om vraagt. Heeft VRT zicht op het effectieve bereik van die programma's? Op welke manier worden de keuzes ingegeven?

De kern van het debat is voor Meyrem Almaci de rol van een openbare omroep en de rek op haar maatschappelijke opdracht. De spreker vraagt zich af hoever de VRT-bestuurders nog willen gaan met exclusieve overeenkomsten, als die nu soms al over de 100.000 euro gaan. Waar leggen ze de limiet om te vermijden dat de kloof zo groot wordt dat de sfeer onder het personeel eronder zou lijden? Hoe

rationaliseren de bestuurders de return on investment van een dergelijk exclusiviteitscontract? Kan een contract ook voortijdig opgezegd worden als het niet voldoende opbrengt? Bestaan dergelijke clausules? De openbare omroep riskeert in een marktlogica te raken die wel eens strijdig zou kunnen zijn met zijn missie. Het kan toch niet de bedoeling zijn dat VRT haasje-over begint te spelen met commerciële zenders. Het risico is ook groot dat werknemers met een groot potentieel toch vertrekken na hun opleiding. Het is dus belangrijk om hen ook te doordringen van de maatschappelijke opdracht van VRT en dat kwaliteitskenmerk op hen te laten afstralen.

Over dat kwaliteitskenmerk maakt Meyrem Almaci zich zorgen. In welke zin ervaart VRT haar beheersovereenkomst als een rem? Gaat het dan over het reclameplafond, of bijvoorbeeld over onvoldoende flexibiliteit voor de digitale omslag? Vinden de raad van bestuur en de directie dat de beheersovereenkomst moet worden opgebroken om financieel gezond te blijven?

Meyrem Almaci sluit zich aan bij de andere vragen over de exclusiviteitscontracten: over hun duur en het gender en de leeftijd van de betrokkenen. Er blijkt jong talent verdwenen te zijn. In welke domeinen zullen die mensen aan de slag gaan? Gaat het bijvoorbeeld specifiek om entertainment of sport, of zijn het allrounders die om het even waar kunnen worden ingezet? Worden er limieten vastgelegd in de exclusiviteitscontracten, zoals voorwaarden met betrekking tot wat die de betrokkenen eventueel aan commercieel voordeel mogen opleveren? Hoeveel exclusiviteitscontracten zijn er nodig? Een objectief zicht op de situatie is nodig om bepaalde wilde verhalen de wereld uit te helpen.

VRT heeft haar statutaire jaarrekening voor 2022 met een tekort van 0,5 miljoen euro afgesloten. Het wordt bijgepast uit het reservefonds. Daaruit was in 2022 al 7,5 miljoen euro gehaald, voor 2021. In 2020 is er 3,8 miljoen euro uitgehaald. Deze keer is er 1,5 miljoen euro nodig om het tekort te stutten. Hoeveel zit er dan nog in het reservefonds? Groen gaat ervan uit dat de rek eruit is met betrekking tot de besparingsrondes en dat VRT verliezen op haar volgende jaarrekeningen niet meer op die manier zal kunnen opvangen.

Ook de inflatiecurve baart Meyrem Almaci zorgen. Zou een budgettering van de werkingsmiddelen inderdaad 5 miljoen euro extra opleveren? Met de besparingen en het protest van de vakbonden in gedachten is dat geen klein gegeven. Ook in dat verband denkt de spreker aan de exclusiviteitscontracten die nodig zouden zijn om reclame-inkomsten te genereren. Is dat dan net geen gevolg van andere belangrijke keuzes? Welke impact zou een indexatie van de werkingsmiddelen hebben gehad op de resultaten van de jaarrekening en op het reservefonds? De antwoorden zullen relevant zijn voor het debat over de toekomstige engagementen van VRT en voor de volgende beheersovereenkomst.

Hoe is de verhouding van het statutaire en niet-statutaire vaste personeel ten opzichte van de freelancers en het flexibele personeel, qua leeftijds piramide en qua inzet? Heeft zich doorheen de jaren en door keuzes van de Vlaamse Regering een verschuiving voorgedaan? Die zouden op het terrein de zekerheid en ook de fierheid kunnen beïnvloeden.

Meyrem Almaci gaat dan in op de eigen content, in de context waarin Thuis, een uithangbord van VRT, is geoutsourcet. Welke inschatting en evaluatie zijn daaraan te pas gekomen? Over de afhandeling van heel wat individuele dossiers heeft de spreker alarmerende berichten opgevangen. Zijn daar nog zaken hangende of is alles afgehandeld? Een besparingsoperatie van die grootteorde is altijd een moeilijk proces, niet alleen voor de mensen met een verantwoordelijke functie maar ook voor de getroffen zelf.

Hopelijk loopt de verhuis naar het nieuwe gebouw volgens plan. Zal de ingebruikname in één keer gebeuren of gefaseerd? Welke functies zouden er dan eerst terecht komen?

Dan gaat Meyrem Almaci in op de benchmarking met het buitenland. Op het vlak van de transparantie is de BBC een ijkpunt. De spreker is niet overtuigd door het argument van minister Dalle dat België geen traditie heeft om over toplonen te communiceren.

Hoe gaan andere openbare omroepen en overheden met de inflatie om?

Tot slot komt Meyrem Almaci terug op de financiële toestand van het reservefonds en van VRT zelf. Het Vlaams Parlement zou kunnen ingaan op de vraag om het reclameplafond te verhogen of om commercieel meer mogelijk te maken, maar evenmin als Karin Brouwers is Meyrem Almaci daarvan een voorstander, aangezien een openbare omroep haar eigen identiteit moet hebben. Maar die opties zijn onderhevig aan de gemaakte beleidskeuzes. Zonder eigen inkomsten zou de Vlaamse overheid een dotatie van 100 procent moeten betalen. Hoe precies die eigen middelen mogelijk moeten worden gemaakt, is met de vele verkiezingen in zicht nog een andere vraag.

In dat laatste verband valt ook wel op dat vooral jongeren – die toch moeten worden aangemaand om te gaan stemmen – uit de boot vallen in de toekenning van toplonen. Voorts zijn de commotie met de vakbonden en de contentstrategie zorgwekkend. Hoe wordt een sterke openbare omroep gegarandeerd die ook morgen relevant is? De spreker wil een politiek debat voorkomen waarbij partijen het verschil met een commerciële zender in vraag gaan stellen.

De laatste opmerking van Meyrem Almaci gaat over de deontologische code. Ze breekt een lans voor een betere toepassing van het redactiestatuut. Zoiets had bepaalde kwalijke zaken uit de afgelopen jaren kunnen voorkomen.

2.5. Marius Meremans

Marius Meremans sluit zich namens de N-VA-fractie aan bij de lovende woorden voor VRT, die haar KPI's voor het tweede jaar op rij vlot heeft verwezenlijkt. Er zijn wel een aantal minpunten, zoals de KPI over het aantal geregistreerde VRT MAX-gebruikers. Er is ook een daling in het bereik, na de historische score van 2021. Het commissielid wijt die aan het feit dat in onze vergrijzende samenleving jongeren minder aansluiting bij de openbare omroep vinden, terwijl ook ouderen afhaken.

Radio2 gaat voor een breed bereik: zowel een 70-jarige als een jonge papa moet er hun gading vinden. Als zowel het oudere segment als de jongeren blijken af te haken, zullen bepaalde keuzes nodig worden. Senioren voelen zich niet meer vertegenwoordigd door het beeld dat van hen geschetst wordt. Dat geldt niet alleen voor de openbare omroep maar voor de hele samenleving. Een 70-jarige van nu is niet meer te vergelijken met iemand van dezelfde leeftijd in de jaren 60 of 70. Daarvoor zouden onze televisiezenders oog moeten hebben. Erg weinig ouderen functioneren als schermgezicht.

Wat de schermgezichten en de exclusiviteitscontracten betreft, zullen mensen nu eenmaal kiezen voor vertrouwde gezichten. Die zullen hun eigen marktwaarde ook wel kennen. Uiteraard mag het evenwicht niet zoekraken, maar VRT heeft dergelijke mensen nodig als van haar een groot bereik verwacht wordt. Marius Meremans merkt nog op dat in een keuze om VRT te verlaten, nog andere factoren kunnen meespelen dan de verloning, bijvoorbeeld het feit dat een andere zender de voetbalrechten heeft binnengehaald.

Op het vlak van pluralisme en opiniediversiteit verwacht de spreker de nodige duidelijkheid uit het onpartijdigheidsonderzoek. Wat de Vlaamse cultuur en entiteit betreft, heeft VRT de KPI's wel vlot binnengehaald, met bijvoorbeeld Het verhaal van Vlaanderen – notabene door een schermgezicht gepresenteerd –, de berichtgeving rond het nieuwe KMSKA en de Boekenmaand.

Voorts vindt Marius Meremans dat VRT MAX zich op korte tijd sterk in de markt heeft gezet als een toonaangevend platvorm en smaakverbredend algoritme. Het commissielid verwacht wel nog meer transparantie over de gebruiker ervan. Hij is ervan overtuigd dat VRT daarin een voortrekkersrol zal spelen. Met de beweringen dat VRT op een commerciële zender begint te lijken, gaat de spreker niet akkoord. Als openbare omroep maakt ze bepaalde maatschappelijke thema 's bespreekbaar met bijvoorbeeld Taboe, een laagdrempelige soap als Thuis, of een schermgezicht met een beperking.

Naar aanleiding van De Zaak-Sanda Dia polst Marius Meremans naar overleg achteraf over de toepassing van de deontologische code.

Welk effect heeft de passus over gokreclame in KPI 7 op de sportuitzendingen?

KPI 8 gaat over de uitvoering van de beleidsaanbevelingen van Audit Vlaanderen. Kan VRT in die context de extra vernieuwingen met betrekking tot integriteit uit 2022 toelichten? Dezelfde KPI vermeldt de nulmeting van de aankoopafdeling. Hoe ver is het kritische nazicht van de bestaande overeenkomsten gevorderd? Hoeveel besparingen heeft het opgeleverd?

Genereert VRT inkomsten uit haar aanwezigheid op sociale media als YouTube, Facebook, Instagram en andere sociale media? Zo ja, waaraan besteedt ze die?

KPI 15 gaat over de beschikbaarheid van VRT op Apple CarPlay en Android Auto, in het kader van innovatie. Marius Meremans hoort van zowel private media als de openbare omroep dat buitenlandse contentdistributeurs de advertentie-inkomsten onder druk zetten. Hoever staat de sector met distributie op Vlaamse platformen als Radioplayer om advertentie-inkomsten in eigen land te houden? Hoe verhoudt deze strategie zich tegenover andere distributeurs?

Voor KPI 18 met betrekking tot het aandeel actieve gebruikers dat geregeld in interactie gaat met VRT-platformen, is VRT nog onder het opgelegde doel gebleven. Welk belang hecht VRT daar zelf aan? Beschikt ze over intern onderzoek naar de profielen die hiervan gebruikmaken? Zo ja, worden die data nog gebruikt?

In verband met KPI 19 en het gedaalde bereik van VRT NWS bij zowel het algemene publiek als specifiek de jongeren, polst Marius Meremans welke oorzaken de openbare omroep hiervoor ziet. Ligt het bijvoorbeeld aan de uitzonderlijk hoge cijfers van 2021?

Zal er een opvolger komen voor Podium 19?

In verband met KPI 36 constateert het commissielid de afwezigheid van DPG Media als partner bij de verschillende projecten rond desinformatie, digitale content, educatie, productieprocessen, toegankelijkheid, ondersteuning, startups en scale-ups. Hoe verklaart VRT die afwezigheid? Zijn er plannen om er iets aan te doen?

De laatste vraag van Marius Meremans gaat over de samenwerking met de regionale zenders rond regionaal nieuws. Het is logisch dat VRT baat heeft bij die samenwerking, maar ook de regionale zenders moeten ervan kunnen profiteren. Wat is de verhouding?

Tot slot feliciteert de spreker VRT nogmaals met het binnenhalen van de KPI's. Er blijven hoe dan ook uitdagingen voor de toekomst. In dat licht verkiest Marius Meremans een echte transformatie boven her en der wat veranderingen.

2.6. Antwoordenronde

Frederik Delaplace betreurt enigszins dat het parlement wel erg veel aandacht toont voor negentien schermgezichten in verhouding tot de 1900 andere medewerkers, en hoopt dat dit de komende jaren zal veranderen. Op dit moment beschikken negentien schermgezichten over een exclusiviteitsvergoeding, zoals blijkt uit de betreffende tabel. De bedragen en de categorieën waarin ze ondergebracht worden, zijn gerelateerd aan hun exclusiviteits- en prestatievergoedingen.

Over het geheel heeft zich geen budgetverhoging voltrokken ten opzichte van 2021, doordat ook sommige contracten zijn aangepast of stopgezet, als eerste aanzet tot de afgesproken matiging. De inflatie van het afgelopen jaar is evenmin doorgerekend in de portefeuille van de schermgezichten. Zelf vindt de CEO dat de portefeuille nog tot vijftien contracten moet dalen, en dat daarin een genderevenwicht moet spelen.

Voor Frederik Delaplace is het hier vooral zaak om de juiste doelen na te streven. VRT moet vermijden om bovenmatig geld uit te geven aan schermgezichten en om met haar voor 60 procent uit overheidsgeld afkomstige middelen de commerciële media een pad in de korf te zetten. Ze is nu ook al aan het afbouwen en meer diversiteit in haar portefeuille aan het bewerkstelligen. De overstap van Aster Nzeyimana naar DPG Media bewijst perfect dat VRT niet in de val van het overbieden trapt. Zijn overstap komt doordat de commerciële zender veel meer mag en kan investeren in sportrechten. VRT heeft bijvoorbeeld niet de middelen om mee te dingen naar de Champions League.

De gedelegeerd bestuurder vraagt nog wat tijd om die portefeuille op het niveau te brengen van de afspraken uit het verleden. Om alles bij te sturen is zes maanden een erg korte termijn, maar VRT is wel de juiste weg ingeslagen. Ze legt de lat voor haar schermgezichten ook wel behoorlijk hoog. Alle negentien worden ze grondig geëvalueerd. Bij een aantal schermgezichten is de exclusiviteit stopgezet wegens onvoldoende impact.

Karen Donders, directeur Publieke Opdracht, Talent en Organisatie van VRT, deelt mee dat VRT voor schermgezichten met een beperking al anderhalf jaar een strategie aan het ontwikkelen is. In heel wat programma's komen al mensen met een beperking aan bod, waaronder ook fictiereeksen. In deze strategie wil VRT Karl Meesters, die ze heel veel talent toedicht, niet positioneren als hét schermgezicht met een beperking, maar vooral als zeer getalenteerd. Het huidige beleid vormt nog maar het startpunt van een grotere strategie, die VRT absoluut wil voortzetten.

Wat het aantal vrouwen op het scherm betreft, hebben nogal wat leden hun ongerustheid geuit over het niet snel genoeg stijgend aandeel. Een vertegenwoordiging van 48 procent halen tegen 2025 wordt inderdaad een grote uitdaging. Op dat vlak neemt VRT heel wat interne initiatieven om nieuw talent aan te trekken. Ze wil er ook voor zorgen dat de producenten, zowel intern als extern, eraan werken. Die initiatieven werpen hun vruchten af: in de tweede helft van 2022 heeft VRT in primetime toch al 43 procent vrouwelijke schermaanwezigheid gehaald. Een handicap is wel dat die metingen gebeuren tussen 12 uur 's middags en middernacht. De oudere herhalingen die VRT in haar namiddagprogrammatie toont, hebben een grote impact op de gemiddeldes. Een focus van de metingen op primetime zou goed zijn voor de transparantie, aangezien VRT precies in dat tijdslot echt een impact kan hebben op de cijfers.

Frederik Delaplace gaat vervolgens in op het financiële aspect. In de afgelopen drie jaar heeft VRT zich financieel voldoende sterk willen opstellen, ook gelet op de structurele besparing van 25 miljoen euro in haar beheersovereenkomst. Ze is die nu aan het realiseren, wat geen eenvoudige opdracht was. Bovendien moet VRT opereren in een sterk evoluerend medialandschap en een context van hoge inflatie- en energiekosten. Boven op de structurele besparing van 25 miljoen euro heeft VRT te maken met de grote financiële uitdaging van de inflatie, die in 2024 tot een verschil van 35 miljoen euro zal leiden tegenover het voorziene scenario voor de werkingsmiddelen.

Frederik Delaplace is voorstander van een gemengde financiering van VRT. Hij verwacht de oplossingen dus op twee fronten: de overheidsdotatie en de manier waarop VRT zelf middelen uit de markt haalt. Op dat laatste vlak vindt hij de manier waarop VRT op de markt mag opereren, te beperkend. De voorwaarden dateren uit de tijd waarin radio en televisie nog een vrij eenvoudig en binair gegeven vormden.

De spreker is niet gekant tegen een reclameplafond op zich. Sinds de nieuwe beheersovereenkomst wordt jaarlijks gemeten hoe de reclame-inkomsten van de commerciële media evolueren, om de marktindex te berekenen. Daardoor krijgt Vlaanderen elk jaar hoogte van de omvang van de lokale advertentiemarkt. Men zou kunnen afspreken dat VRT daar een bepaald percentage mag proberen te verwerven, zonder aparte plafonds of beperkingen. Een jaarlijkse evaluatie kan er dan voor zorgen dat bij een afnemende lokale advertentiemarkt de commerciële inkomsten van VRT mee omlaag gaan.

Naast het plafond zelf zou Frederik Delaplace liever zo weinig mogelijk beperkingen zien. Op dit moment kan VRT geen televisiereclame brengen en wordt ze in haar digitale advertising beperkt. Daardoor wordt ze haast gedwongen om de markt hier en daar wat te forceren om het reclameplafond te halen, dus om inkomsten te zoeken met zaken waarvoor de adverteerders weinig interesse vertonen. Voor sommige markten zitten de adverteerders juist wel met een grote vraag waarop VRT niet kan inspelen. Als ook DPG Media en Play Media daarvoor geen ruimte hebben, glipt er geld van adverteerders naar Amerikaanse platformen.

Met andere woorden, Frederik Delaplace verwacht niet dat het natuurlijke aandeel van VRT in de reclamemarkt kunstmatig wordt opgetrokken en evenmin dat Vlaanderen alle financiële problemen van VRT met een hogere dotatie zal oplossen. Een combinatie van de twee is wel wenselijk. Na vijftien jaar zonder indexering van de werkingsmiddelen is een grens bereikt. Hoe kan men VRT in staat stellen om het reclameplafond wel op een vlotte manier in te vullen, waardoor de lokale markt sterker wordt? Het streven om de lokale markt groter te maken zit ook achter de deze week aangekondigde akkoorden met Ads & Data en met NRJ en Nostalgie. Er is behoefte aan een goed evenwicht binnen de lokale markt, met twee heel competente groepen die adverteerders kunnen bedienen. Het resultaat van de akkoorden met lokale partijen moet een versterking van de lokale markt zijn.

In de eerste plaats roept Frederik Delaplace dan ook op om die discussie te starten. Hij heeft er met de minister van Media over gesproken. Minister Dalle heeft in 2022 al een eenmalige tegemoetkoming voor de energiekosten gedaan, waardoor VRT het jaar in evenwicht heeft kunnen afsluiten. De CEO vindt de tijd gekomen voor het debat over de structurele financiering van VRT, omdat die imminent op tafel komt voor 2024.

Ten aanzien van Meyrem Almaci bevestigt de spreker het bestaan van een reservefonds voor VRT, met ongeveer 87 miljoen euro. Zowat 80 miljoen euro daaruit bestaat evenwel uit reserves die VRT opbouwt om haar nieuwbouw te financieren.

Men wil de financiering van de nieuwbouw immers buiten de operaties van VRT houden. De nieuwbouw is een vorm van autofinanciering, vanuit drie bronnen:

- de efficiëntere operaties in het nieuwe gebouw;
- de lagere investeringen in het oude gebouw;
- de verkoop van gronden en gebouwen aan het Brusselse Hoofdstedelijke Gewest.

De echte bedrijfseconomische reserves van VRT bedragen daarmee minder dan 10 miljoen euro en zijn ook niet zomaar bruikbaar. Daaruit putten brengt kosten mee voor de Vlaamse overheid. Belangrijk is vooral dat VRT de afgelopen twee jaar heeft bewezen dat ze in staat is tot een resultaat in evenwicht, ondanks de aard van haar operaties en een structurele besparing. Het vorige jaar is ze daarin niet geslaagd, maar dat was toen vooral te wijten aan een aanpassing van de reserves voor vakantiegelden.

Frederik Delaplace bevestigt dat VRT inkomsten haalt uit haar aanwezigheid op sociale media. Maar in lijn met de strategie van de VRT-platformen gebruikt ze de sociale media almaar meer als fuik in de richting van haar eigen platformen. De groei van VRT MAX is bijvoorbeeld belangrijker dan de groei van het YouTubekanaal. Die op zich al erg geringe inkomsten uit sociale media zijn de voorbije jaren nog gedaald.

De spreker hecht een groot belang aan het akkoord met Streamz. Elk jaar lanceert men zes tot zeven high-end fictiereeksen. De kwaliteitsnormen van tv-fictie zijn de voorbije jaren sterk gegroeid, net als hun kostprijs. Daarom heeft VRT de voorbije jaren vaak een beroep moeten doen op externe financiering, uit overheidsinitiatieven als het VAF maar ook heel vaak uit andere, buitenlandse publieke omroepen of streamingplatformen.

De afspraak met Streamz behelst in eerste instantie een streven om het Vlaamse ecosysteem te versterken. VRT zal met Streamz elk jaar twee gemeenschappelijke coproducties fictie brengen. Streamz krijgt het voorkeurrecht om te bepalen welke projecten het interessantst zijn. In ruil voor zijn investering in de vermelde coproducties krijgt Streamz ook het eerste preview window, waarmee het zijn platform dan nog aantrekkelijker kan maken. Hierin ziet Frederik Delaplace een win-winsituatie, aangezien VRT moeilijk zelf preview windows kan uitbaten, omdat ze geen eigen consumenteninkomsten heeft. Het helpt wel om Vlaamse fictie ook voor de niet-streamingklant in Vlaanderen betaalbaar te houden.

VRT gaat met heel wat verschillende partijen samenwerkingen aan. In het geval van Streamz zijn DPG Media en Telenet de partners. Voor het eerst sinds lang heeft de sector gezamenlijk mediaprijzen georganiseerd, de Kastaars!. Op de vraag van Meyrem Almaci of VRT gebonden is aan het akkoord met Streamz, en of het enige leverage meebrengt, antwoordt Frederik Delaplace dat het akkoord het mogelijk maakt om, bijvoorbeeld bij een eventuele overname van Streamz door een buitenlands streamingplatform, de positie van VRT te herbekijken. Het contract loopt voor maar drie jaar omdat er momenteel uitgebreid geëxperimenteerd wordt met de verschillende kijkmodellen. De intentie is nu wel al om die samenwerking veel langer te laten lopen.

Karen Donders gaat in op de vragen over het transformatieplan en het personeelsluik daarvan. Ze herinnert aan de eerste aankondiging van het transformatieplan eind april 2022: toen was het de bedoeling om het personeelsbestand te verminderen met bijna 170 vte's: ruim vijftig vte's via pensionering en ruim honderd via ontslagen. Na intensief onderhandelen met de vakorganisaties is dan de huidige prognose overeengekomen van 67 of 68 gedwongen ontslagen over een periode van drie jaar.

De vijftig ontslagen waaraan hier wordt gerefereerd, betreffen de ontslagen die men in december 2022 heeft bekendgemaakt. Ongeveer zeventien vte's staan nu nog als gedwongen ontslagen in de tabellen. Achter die cijfers staan wel degelijk mensen. Elke maand opnieuw gaat VRT na hoe ze dat getal het komende jaar nog naar beneden kan krijgen. Daarom wil ze nog geen aankondigingen doen voor na de zomervakantie, ook omdat men eerst moet communiceren aan het eigen personeel. Iedereen zal wel begrijpen dat het hier om een veel minder ingrijpende oefening gaat. Toch werkt men nog altijd naar een vermindering met 170 vte's. Daar zitten de medewerkers van Thuis niet bij. Die werken nu voor een ander bedrijf, wat mentaal en emotioneel ingrijpend is geweest. Die omstandigheden in acht genomen lijkt die overgang wel optimaal te verlopen.

Frederik Delaplace komt nog terug op Radio2 en het regionale nieuws. De hervormingsoperatie was ingegeven door een vastgesteld gebrek aan instroom van nieuwe luisteraars. De achteruitgang van Radio2 was al langer aan de gang. Zoiets noopt tot keuzes en ingrepen. Het resultaat is zeker qua luisterbereik op dit moment nog onbevredigend. VRT zal de situatie blijven analyseren en met afhakende luisteraars in gesprek gaan. De CEO vindt drie maanden alleszins veel te weinig om een dergelijke operatie al te gaan beoordelen. In het licht van de gemaakte keuzes wijst hij wel op de onmogelijkheid om alles tegelijk te doen. VRT is een organisatie met een beperkt personeelsbestand en beperkte financiële middelen.

Katia Segers vraagt in dat verband of de focus meer naar de steden zou verschuiven. *Frederik Delaplace* wil dat uitzoeken, maar het zou hem verbazen. VRT heeft van deze operatie net gebruik gemaakt om in elke gemeente van Vlaanderen een lokale correspondent te hebben. Het netwerk van lokale correspondenten is nu fijnmaziger dan voor de operatie. Overigens zijn oudere luisteraars vaak al verrassend goed mee met digitale evoluties als DAB-radio. De regionale nieuwsblokken zijn ook niet verdwenen op Radio2. Alleen de omkadering is op nationaal niveau getrokken. Mochten de resultaten niet verbeteren, dan zal VRT zeker bijsturen, besluit *Frederik Delaplace*.

Van de negen aanbevelingen van Audit Vlaanderen staan er eind 2022 nog vier open. Tegen eind 2023 zullen het er weer minder zijn, verwacht *Frederik Delaplace*. Sommige aanbevelingen konden ook niet sneller afgesloten worden, vanwege de introductie van een aantal nieuwe systemen in het aankoopbeleid. VRT heeft met Audit Vlaanderen afgesproken om ze pas af te sluiten wanneer ze definitief gerealiseerd zijn en men de nieuwe systemen ook op hun effectiviteit heeft kunnen testen. De gedelegeerd bestuurder gaat ervan uit dat VRT vanaf een groen licht voor de effectiviteit van die systemen, drie van de vier openstaande aanbevelingen zal kunnen afsluiten. De grootste zorg op dat vlak zijn de organisatiebeheersing en risicocontrole, een heel omvangrijk werk.

Karen Donders erkent dat duurzaamheid in het voorliggende jaarverslag maar beperkt aan bod is gekomen en gaat ervan uit dat het thema volgend jaar prominenter aanwezig zal zijn. Intussen heeft VRT een duurzaamheidsbeleid uitgewerkt, met een focus op zes domeinen. In de huidige huisvesting probeert ze het energieverbruik te reduceren. De vijf andere domeinen zijn het nieuwe gebouw, de catering, de productie, het aankoopbeleid en de mobiliteit. De directeur verwijst onder meer naar de zuinige Bus Belgica van Studio Brussel en naar de studio van Dagelijkse Kost, die met zonnepanelen is uitgerust. Soms leidt het duurzaamheidsbeleid zelfs tot een mooi meegenomen kostenreductie.

Wat de digitale inclusie betreft, besteedt VRT al veel aandacht aan alles wat met de digitale kloof en met mediawijsheid te maken heeft. Dat heeft ze onder meer gedaan met verschillende documentaires op Canvas. *Karen Donders* geeft als voorbeeld de zeer toegankelijke en laagdrempelige Digiwatte-filmpjes over Mijn

Burgerprofiel en itsme. VRT werkt momenteel aan tien initiatieven rond digitale inclusie, zowel op radio als televisie.

Aan het aspect vindbaarheid hecht VRT een groot belang, al is het thema in de drukte van de beleidsagenda wat ondergesneeuwd geraakt, stelt Karen Donders. Snel schakelen is nu wel aangewezen om nog enige impact te hebben. De EU-richtlijn Audiovisuele Mediadiensten laat lidstaten toe om maatregelen te nemen die het aanbod van waardevolle lokale spelers prominent zichtbaar maken voor de mediagebruiker. Daarvan zal Vlaanderen nu snel werk moeten maken. Zo is het op een smart-tv vaak moeilijk om het aanbod van VRT te vinden. Ook met CarPlay zijn de radiozenders van zowel VRT als DPG Media niet eenvoudig te vinden. Het komt erop aan om een level playing field te garanderen, waar iedereen op gelijke voet de concurrentie kan aangaan. Niet alleen voor de publieke omroep, maar voor alle lokale mediaspelers in Vlaanderen is dit nodig.

Frederik Delaplace gaat in op het bereik bij jongeren en hun vertrouwen in het nieuws, waarover al vele statistieken bestaan. Vele initiatieven van VRT – vaak met betrekking tot de digitale platformen – zijn net bedoeld om dat vertrouwen te versterken. Aan Klaas Slootmans antwoordt de CEO dat het in het merkenbeleid erg belangrijk wordt dat het aanbod als VRT gepercipieerd wordt. Er moet dus een synergie ontstaan tussen VRT MAX, VRT NWS en VRT 1. Daarom zet VRT de herziening van haar merkenbeleid ook voort.

Een vlot bereik van jongeren veronderstelt een optimale afstemming van de content op het meest geschikte platform. Bovendien moet het product VRT daarbij op de een of andere manier blijven hangen, zodat de mensen het rijke aanbod van de publieke omroep verder kunnen ontdekken.

In het onderzoek naar het mogelijke bereik van mensen zijn data van wezenlijk belang. VRT participeert in een proefproject van het nieuwe Vlaamse datanutsbedrijf athumi. Tegelijk wil ze voorzichter omgaan met data dan bijvoorbeeld Amerikaanse platformen doen.

De Vlaamse identiteit zal in het aanbod van de komende jaren alleen maar belangrijker worden. Het medialandschap zal immers verder internationaliseren. Daarin zullen zowel VRT als de commerciële collega's zich met een kwaliteitsvol Vlaams aanbod moeten profileren.

De al enige tijd geleden genomen keuze voor Londerzeel als captatiemagazijn heeft alles te maken met logistiek en mobiliteit. Het wordt een volledig nieuw gebouw. Wegens de nakende afbraak van het huidige magazijn in Brussel zal het allicht eind 2024 in gebruik worden genomen.

Karen Donders wijst op het belang dat VRT aan talentontwikkeling hecht, met een groot aantal initiatieven: stages met jongeren, talentendagen, coachingopleidingen, presentaties en social media. Merken als MNM en Ketnet, maar ook VRT MAX-originals, zijn echte kweekvijvers van talent. Fien Germijns en Jacotte Brokken, en bijna iedereen van de #LikeMe-ploeg, zijn voorbeelden van een succesvolle doorstroming.

VRT Talent Academy voor jonge schermtalenten is een ander initiatief rond talentontwikkeling. Met deze mensen gaat VRT intensief aan de slag voor onder meer presentatiecoaching, stemcoaching en taalontwikkeling. De spreker wil ook in de toekomst blijven investeren in talentenwerking, die als de goede strategie uit de verf is gekomen. Wel twintig jonge mensen staan klaar om door te breken in de media.

Frederik Delaplace antwoordt op de vraag naar de views voor Knokke off: het gaat om 620.000 unieke browsers en 340.000 unieke bezoekers.

Frieda Brepoels vat samen dat het jaarverslag blijkt geeft van een groot aantal realisaties in een jaar tijd. Het is een weergave van de resultaten van het ondernemingsplan, dat goedgekeurd is door de raad van bestuur in het kader van het meerjarenplan. De beheersovereenkomst wordt nauwgezet opgevolgd, zowel door de raad van bestuur als door de directie, via een speciale subcommissie. In het auditcomité worden de audits van Audit Vlaanderen en de eigen interne audits opgevolgd.

De spreker zou op korte termijn een structureel debat over de financiële uitdagingen op prijs stellen. Een dergelijk debat zou niet alleen oog moeten hebben voor de inkomsten en de kosten, maar ook voor een grotere flexibiliteit en de activiteiten in het algemeen.

Tot slot acht de VRT-voorzitter het mogelijk dat er, met de nodige input van VRT, nog in de huidige legislatuur wetgevende initiatieven komen rond de zogenaamde vindbaarheid, de stimuleringsplicht en eventueel ook rond desinformatie en fake nieuws.

Meyrem ALMACI,
voorzitter

Karin BROUWERS
Katia SEGERS,
verslaggevers

Gebruikte afkortingen

AI	artificiële intelligentie
BBC	British Broadcasting Corporation
CIM	Centrum voor Informatie over de Media
DAB	digital audio broadcasting
DPG	(historisch: De Persgroep)
EK	Europees kampioenschap
KMSKA	Koninklijk Museum voor Schone Kunsten Antwerpen
KPI	key performance indicator, kritieke prestatie-indicator
LED	lichtemitterende diode
SBS	Scandinavian Broadcasting System
SD	strategische doelstelling
UAntwerpen	Universiteit Antwerpen
VAF	Vlaams Audiovisueel Fonds
Var	Vlaamse Audiovisuele Regie
VRM	Vlaamse Regulator voor de Media
vte	voltijdsequivalent / voltijdequivalent