ingrid lieten

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

antwoord

op vraag nr. 87 van 15

van **veli yüksel**

Ik heb naar aanleiding van uw vragen elementen van antwoord opgevraagd bij de VRT.

Het derde kanaal richt zich op een aantal specifieke doelgroepen (kinderen, jongeren, buitenlanders in Vlaanderen, blinden en slechtzienden) en heeft daardoor een aantal specifieke kenmerken. OP12 kan niet vergeleken worden met andere (generalistische) televisiezenders die zich richten op een breder publiek. OP12 zet in op een aanbod voor verschillende kleinere doelgroepen en maakt ook plaats en tijd voor cultuur en zogenaamde kleine sporten. De zender maakt ook ruimte voor evenementen die moeilijker op Eén en Canvas te plaatsen zijn zoals bijvoorbeeld de Koningin Elisabeth Wedstrijd.

De kijkcijfers van elk uitgezonden programma en een overzicht van het gemiddeld bereik en marktaandeel van elk programma leveren voor een zender als OP12 onvoldoende relevante informatie. Het derde kanaal is immers geen brede zender en is daarom qua bereik of marktaandeel niet te vergelijken met generalistische zenders zoals Eén en Canvas, die gericht zijn op een breed publiek. OP12 kan beter vergeleken worden met andere zenders in Vlaanderen die zich ook richten op een bepaalde doelgroep (zoals JIM, TMF, MTV).

Voor OP12 is het relevanter te weten wat de kijkcijfers zijn binnen bepaalde doelgroepen en niet wat haar marktaandeel is ten opzichte van de hele televisiekijkende bevolking. Deze doelgroepen zitten echter niet allemaal in het traditionele CIM-kijkpanel. Bijgevolg is het ook moeilijk om uitspraken te doen op basis van de CIM-cijfers. Belangrijker voor OP12 is het bereik en de feedback te kennen van die doelgroepen. De VRT gaat daarom na hoe zij in de toekomst ander aanvullend (kwalitatief) onderzoek kan doen om OP12 goed te kunnen evalueren.

Gelet op de programmering en de doelgroepgerichte focus van OP12 is het totale bereik van een individueel OP12-programma relevanter dan een kijkcijfer van een individuele uitzending. De programma’s worden immers meerdere keren per week uitgezonden. Alleen bereik is dan relevant (kijkcijfers zomaar optellen levert daarvoor foutieve informatie op).

Het is dan ook belangrijk rekening te houden met bovenstaande bedenkingen bij de interpretatie van kijkcijfers. Op dit moment en op basis van de beschikbare officiële cijfers, zijn volgende bereikcijfers wel relevant:

* Sinds de start van de najaarsprogrammatie op 23 september 2013 hebben tot dusver (18 november) 2,7 miljoen Vlamingen al op OP12 afgestemd (5 minuten consecutief kijken). *(Dit bereikcijfer gaat enkel over programmatie na 20u en dus niet over het Ketnet-aanbod.)*
* Het weekbereik van OP12 sinds 23/9:

|  |  |
| --- | --- |
| Week 39 | 631.280 |
| Week 40 | 947.876 |
| Week 41 | 416.925 |
| Week 42 | 550.185 |
| Week 43 | 969.792 |
| Week 44 | 538.709 |
| Week 45 | 936.339 |
| Week 46 | 772.469 |

* Het totaalbereik (periode van 23/9-17/11/2013) van een aantal kernprogramma’s:

*Jongeren*

* Carte Blanche: 617.000 kijkers
* Mind your own business: 599.057 kijkers
* Solar Challenge: 239.892 kijkers

*Een greep uit de evenementen en de zogenaamde kleine sporten*

* Volleybal EK, kwartfinale, België-Servië: 195.361 kijkers
* Artistiek turnen WK Antwerpen: 201.699 kijkers
* Theater Reset van Tristero: 35.986 kijkers
* Openingscollege Carl Devos: 17.711 kijkers
* Radio 1 sessies: 51.781 kijkers

*Aanbod voor expats, buitenlanders:*

* Fans of Flanders: 435.534 kijkers
* De Smaak van de Keyser met Engelse ondertiteling: 151.218 kijkers

*Aanbod fictie met audiodescriptie voor blinden en slechtzienden:*

* De Ridder: 710.531 kijkers
* Het weekbereik van de kernprogramma’s

|  |  |
| --- | --- |
| **week** | **Cov#** |
| **39** | **Bereik per week** |
| CARTE BLANCHE - KICK-OFF | 33.559 |
| CARTE BLANCHE - PREQUEL | 25.195 |
| DE SMAAK VAN DE KEYSER | 5.659 |
| FANS OF FLANDERS | 46.233 |
| MIND YOUR OWN BUSINESS | 106.887 |
| VOLLEY. EK. 1/4F - BELGIE/SERVIE | 195.361 |
| WITSE | 113.128 |
| **40** |  |
| CARTE BLANCHE | 63.929 |
| CARTE BLANCHE - NEAL D RETKE FOR PRESIDENT! | 36.994 |
| DE SMAAK VAN DE KEYSER | 38.593 |
| FANS OF FLANDERS | 108.680 |
| GYM. ART. WK. ANTWERPEN | 201.699 |
| MIND YOUR OWN BUSINESS | 122.847 |
| OPENINGSCOLLEGE CARL DEVOS | 17.711 |
| WITSE | 90.666 |
| **41** |  |
| CARTE BLANCHE | 31.439 |
| DE RIDDER | 119.408 |
| DE SMAAK VAN DE KEYSER | 36.813 |
| FANS OF FLANDERS | 56.461 |
| MIND YOUR OWN BUSINESS | 68.271 |
| RADIO 1 SESSIES | 31.043 |
| WITSE | 16.714 |
| **42** |  |
| BILJART. FIN | 169.808 |
| CARTE BLANCHE | 100.875 |
| DE RIDDER | 163.012 |
| DE SMAAK VAN DE KEYSER | 16.107 |
| FANS OF FLANDERS | 77.620 |
| MIND YOUR OWN BUSINESS | 98.353 |
| RESET | 10.323 |
| **43** |  |
| CARTE BLANCHE | 184.543 |
| DE RIDDER | 156.038 |
| DE SMAAK VAN DE KEYSER | 16.140 |
| FANS OF FLANDERS | 62.612 |
| MIND YOUR OWN BUSINESS | 74.153 |
| VOLLEY. EB. - ROESELARE/FRIEDRICHSHAFEN | 36.661 |
| **44** |  |
| CARTE BLANCHE | 98.380 |
| DE RIDDER | 169.948 |
| FANS OF FLANDERS | 22.792 |
| MIND YOUR OWN BUSINESS | 116.043 |
| RADIO 1 SESSIES | 7.160 |
| VOLLEY. EB. - MAASEIK/OSTRAVA | 20.730 |
| **45** |  |
| RADIO 1 SESSIE absynthe minded | 23.669 |
| CARTE BLANCHE | 204.127 |
| DE RIDDER | 263.900 |
| DE SMAAK VAN DE KEYSER | 21.815 |
| FANS OF FLANDERS | 67.237 |
| MIND YOUR OWN BUSINESS | 66.079 |
| RADIO 1 SESSIES | 14.941 |
| SCHAATSEN. WB. | 37.369 |
| SOLAR CHALLENGE | 116.173 |
| VOLLEY. EB. - ROESELARE/KEDZIERZYN | 50.476 |
| **46** |  |
| CARTE BLANCHE | 113.717 |
| DE RIDDER | 235.352 |
| DE SMAAK VAN DE KEYSER | 53.979 |
| FANS OF FLANDERS | 118.865 |
| MIND YOUR OWN BUSINESS | 146.617 |
| RESET | 25.585 |
| SCHAATSEN. WB. - SALT LAKE CITY | 29.523 |
| SOLAR CHALLENGE | 142.794 |