

1. Inleiding

Uitdagingen in het Vlaams medialandschap

Het mediagebruik is fundamenteel veranderd en zal de komende jaren aan een sneltempo verder evolueren. Tegen 2030 zullen mediagebruikers vaker on-demand luisteren en kijken dan via klassieke radio of televisie. Het verschil tussen het mediagebruik van nieuwe en klassieke consumenten vergroot verder. De Vlamingen bepalen steeds meer de inhoud, de timing en het kanaal van hun mediaconsumptie. Juist daarom is er meer dan ooit behoefte aan gedeelde verhalen en herkenbaar aanbod die mensen versterken en met elkaar verbinden.

Desinformatie blijft toenemen. Het ondermijnt het algemene vertrouwen in informatie en in de democratie. Kwetsbare groepen en jongeren zijn erg gevoelig aan desinformatie. Internationale platformen verspreiden vaker desinformatie en tasten het vertrouwen in media aan. Het is dan ook niet verwonderlijk dat we steeds meer op zoek zijn naar betrouwbare, correcte informatie en duiding.

Internationale platformen bieden een groot kinderaanbod aan, maar de kwaliteit ervan laat vaak te wensen over. Zeker voor onze jongeren is het media-aanbod van internationale platformen problematisch: de algoritmes zijn verslavend, de inhoud vaak weinig verrijkend en de reclame overvloedig. Daarom is kwaliteitsvol, lokaal aanbod cruciaal. Het is afgestemd op de eigen leefwereld van kinderen, stimuleert hen in hun ontwikkeling en maakt hen weerbaar in de digitale wereld.

Vandaag is de impact van artificiële intelligentie enorm, zeker op media. De komende jaren zal dat alleen maar toenemen. AI brengt risico's met zich mee, maar opent tegelijk nieuwe kansen op het vlak van creativiteit, personalisatie en efficiëntie. Dankzij AI-gestuurde interfaces krijgen mediagebruikers directe toegang tot gepersonaliseerde nieuwsfeeds, afspeellijsten en programma-aanbevelingen. In deze context zal een transparant en ethisch gebruik van AI een cruciale onderscheidende factor worden voor mediabedrijven.

Big tech en internationale consolidatie zetten de Vlaamse mediasector erg onder druk. De grote, internationale platformen werken weinig transparant, hebben minder aandacht voor lokale mediaproducties en lokale cultuur, en ondermijnen de valorisatiemodellen van lokale mediabedrijven. Het is essentieel dat in lokale, creatieve talenten op duurzame manier wordt geïnvesteerd en dat de productie van sterke, waardevolle Vlaamse verhalen verzekerd blijft.

De toekomst van VRT

De publieke omroep speelt ook de komende vijf jaar een cruciale rol in Vlaanderen. Vertrouwen, dat altijd al het woord geweest is dat Vlamingen het meest associeerden met VRT, krijgt weer een prominentere plaats in alle ambities van het huis... van vertrouwen. Vertrouwen in de geloofwaardigheid van alles wat VRT doet, vertrouwen dat de publieke omroep er altijd is, voor de meer traditionele kijker en luisteraar én de sociale mediagebruiker, vertrouwen in de waarden én de waarde van VRT, vertrouwen in elkaar en vertrouwen ook in de toekomst. Dat vertrouwen ent zich op basiswaarden die VRT niet loslaat: VRT moet authentiek zijn, van hier, kwaliteitsvol, creatief en verrijkend voor alles en iedereen.

Deze beheersovereenkomst biedt het kader waarbinnen VRT haar maatschappelijke opdracht de komende jaren vormgeeft. Ze stelt ambitieuze, heldere en meetbare doelstellingen voorop die VRT uitdagen zichzelf te blijven vernieuwen. Vanuit haar DNA creëert VRT impact, verbinding en zet ze in op Vlaamse gemeenschapsvorming. VRT is het huis van vertrouwen: ze is dé referentie voor onafhankelijke, betrouwbare journalistiek die informeert, duidt en aanzet tot een respectvol pluralistisch debat. VRT zet in op kernwaarden als authenticiteit, creatieve durf en impact.

VRT wint het vertrouwen van nieuwe generaties met een kwaliteitsvol aanbod dat aansluit bij hun leefwereld. Voor kinderen en jongeren is VRT een relevant medium: ze maakt onze jeugd mediawijs en stimuleert maatschappelijke betrokkenheid.

VRT is ook de motor van onze rijke en diverse Vlaamse cultuur en de Nederlandse taal. Ze brengt jong en oud samen rond gedeelde verhalen, onze geschiedenis, ons erfgoed en rijke tradities. Met een cultureel aanbod en een bewuste taalwerking draagt VRT bij aan een verbonden Vlaamse gemeenschap. Dat is meer dan ooit iets wat haar onderscheidt van al de internationale concurrentie die steeds alomtegenwoordiger is in Vlaanderen.

Innovatie is geen luxe, maar een noodzaak. VRT zet haar blik op technologische vernieuwing die heel de sector ten goede komt. Door te investeren in nieuwe formats, artificiële intelligentie en gepersonaliseerde beleving, maakt ze haar aanbod toegankelijker en relevanter voor een divers publiek. Innovatie versterkt ook haar maatschappelijke rol: als gids in een digitale samenleving en in de strijd tegen desinformatie.

Toenemende aandacht gaat naar de bijdrage die VRT samen met anderen kan leveren aan het versterken van de hele Vlaamse mediasector. De verwachting is dat de publieke omroep samen met anderen zowel in audio als in video investeringen in lokale content stimuleert en verdienmodellen ondersteunt die de lokale creativiteit ten goede komen.

De Vlaamse Regering en VRT delen de ambitie om de publieke omroep verder uit te bouwen tot een toekomstgerichte, wendbare en efficiënte organisatie. Binnen dat kader begeleidt VRT haar medewerkers in een verhaal van permanente verandering. Ze investeert verder in een eigentijds welzijnsbeleid en de publieke omroep rapporteert daar transparant over.

Op het einde van deze beheersovereenkomst zal VRT 100 jaar oud zijn. Onze publieke omroep heeft Vlaanderen mee gebracht tot waar we vandaag staan. Een warme en welvarende samenleving waar we het nog nooit eerder zo goed hadden. Veel Vlamingen voelen echter terecht aan dat wat we vandaag hebben, niet in steen gebeiteld staat. Dat geldt ook voor VRT. De continue disruptie in de mediasector en de concurrentie van de grootste bedrijven ter wereld maken dat het Huis van Vertrouwen de komende vijf jaar cruciale stappen zal moeten zetten om ook de volgende 100 jaar relevant te blijven. Alleen zo kan ze haar missie waarmaken.

2. Strategische doelstellingen

SD1

VRT ALS HÉT HUIS VAN VERTROUWEN MET EEN AANBOD DAT KWALITEITSVOL IS EN EEN ONDERSCHIEDEND KARAKTER HEEFT

VRT heeft een tijdloze publieke opdracht. VRT is het huis van vertrouwen met een aanbod dat kwaliteitsvol is en een onderscheidend karakter heeft, dat weet te raken, aanzet tot nadenken en zorgt voor diepgaande gesprekken. VRT zet gedeelde verhalen voorop en draagt zo bij aan een warm Vlaanderen, en aan een positieve en inclusieve samenleving met een gedeeld waardenkader.

OD1.1 VRT versterkt haar positie als hét herkenbare huis van vertrouwen

- In een snel veranderende wereld biedt de publieke omroep houvast. Ze is in Vlaanderen de referentie voor betrouwbare journalistiek en authentieke, herkenbare verhalen die Vlamingen verbinden. VRT wil een baken zijn, een vaste waarde waarop Vlamingen kunnen terugvallen, des te meer in onzekere tijden.
- VRT streeft maatschappelijke impact na. Ze versterkt en verdedigt de waarden van onze democratie door het rechtstreeks stimuleren van het maatschappelijk en pluralistisch debat.
- VRT houdt een vinger aan de pols bij wat er leeft in Vlaanderen. Vlamingen herkennen zich en wat hen bezighoudt in het aanbod. Ze vinden bij VRT betrouwbare gezichten en stemmen die voor hen een compagnon, gids, anker of rolmodel kunnen zijn.
- De publieke omroep is een gids voor de Vlamingen. Ze stimuleert mensen een divers aanbod te ontdekken. Ze biedt Vlamingen een venster op Vlaanderen en de wereld. Door te tonen, aan te kaarten en te duiden, biedt VRT een brede en genuanceerde kijk.
- VRT gaat pro-actief en op structurele basis in een open en participatief overleg over de realisatie van haar publieke opdracht met maatschappelijke belanghebbenden, de culturele sector, sportorganisaties, de muzieksector en de erkende levensbeschouwelijke strekkingen.
- In tijden van crisis doet VRT het nodige om ervoor te zorgen dat haar aanbod, met name en prioritair haar informatie- en duidingsaanbod, beschikbaar blijft. Ze organiseert haar processen om zo weerbaar mogelijk te zijn in geval van crisissituaties. VRT maakt hiertoe actieplannen en houdt hier de Vlaamse Regering jaarlijks van op de hoogte.

OD1.2 VRT voorziet vanuit haar publieke opdracht een kwaliteitsvol aanbod dat een onderscheidend karakter heeft

- VRT speelt een centrale rol in het vertellen van Vlaamse verhalen. Vertrekkende vanuit gedeelde waarden bouwt ze verder aan een aantrekkelijk lokaal aanbod.
- VRT bereikt een breed publiek met de waaier van haar aanbod, met versterkte aandacht voor doelgroepen die de publieke omroep minder goed bereikt.
- De publieke omroep ziet erop toe dat mediagebruikers in contact komen met gedeelde informatie en verhalen. VRT wendt personalisatie aan om bij te dragen tot deze ambitie.
- De opdracht inzake nieuws, informatie, educatie en een brede waaier aan Vlaamse cultuur en sport is prioritair. Kwaliteitsvolle ontspanning heeft zijn plaats, op voorwaarde dat het vertrekt vanuit de publieke opdracht en dus een voldoende onderscheidend karakter heeft.
- VRT bouwt mee aan de actieve sportcultuur in Vlaanderen. Ze is een katalysator voor sportbeleving en brengt sport voor een breed publiek. VRT heeft een unieke rol in haar aandacht voor vrouwensporten, G-sporten en minder populaire sporten. Ze kanaliseert de kracht van grote publiekssporten op een organische manier richting minder bekende sportdisciplines.

- De publieke omroep besteedt aandacht aan levensbeschouwing, religie en zingeving, inclusief uitzendingen van erediensten van erkende levensbeschouwingen. VRT doet dit zowel in audio als video.
- Met programma's, evenementen en acties brengt VRT mensen samen rond gedeelde verhalen die maatschappelijke impact hebben. Op die manier draagt VRT bij tot gemeenschapsvorming.
- VRT organiseert tweejaarlijks, te beginnen in 2027 een kwalitatieve dialoog met een diversiteit aan onafhankelijke experts, over de kwaliteit en het onderscheidend karakter van haar aanbod, en haar marktversterkende rol. Uit de dialoog kunnen aanbevelingen komen voor de publieke omroep. VRT biedt een antwoord op de aanbevelingen, en ze identificeert strategische acties die voorgelegd worden aan de Raad van Bestuur.

OD1.3 VRT leert Vlamingen iets bij, met extra aandacht voor het verhogen van de mediawijsheid

- De publieke omroep investeert in aanbod dat Vlamingen iets bijleert en inspireert om deel te nemen aan de samenleving. Ze bevordert participatie op vlak van erfgoed, geschiedenis, cultuur, sport, natuur, enz.
- Als publieke omroep besteedt VRT uitgebreide aandacht aan opportuniteiten en uitdagingen van het digitale tijdperk. Digitale geletterdheid, mediawijsheid en algoritmewijsheid zijn daarbij prioriteiten. VRT werkt vanuit haar redactionele autonomie mee aan de beleidsinitiatieven die de Vlaamse Regering hierrond neemt.
- De belangrijkste focus van het educatieve aanbod ligt daarbij op kinderen en jongeren. VRT neemt hierin een voortrekkersrol op. VRT ziet erop toe dat educatieve diensten voor het onderwijs, als afgeleide van haar aanbod, vertrekt vanuit de minimumdoelen van het onderwijs.
- VRT ontsluit haar aanbod voor het onderwijs, o.m. via haar prioritaire partner het Archief voor Onderwijs.

OD1.4 De publieke omroep gedraagt zich als een waardegedreven organisatie en wil een referentie zijn op vlak van integriteit

- VRT is onafhankelijk.
- De publieke omroep heeft een absolute redactionele autonomie.
- Het informatie- en duidingsaanbod van de nieuwsdienst is onpartijdig.
- VRT hanteert de hoogste ethische en deontologische standaarden. Deze maken voorwerp uit van het deontologisch kader voor het informatie- en duidingsaanbod en het programmacharter.
- Er is een centraal contactpunt voor vragen en klachten van de mediagebruiker. Specifiek voor het aanbod van de nieuwsdienst verzekert VRT een ombudspersoon.
- VRT geeft transparantie over redactionele keuzes en mogelijke fouten. Ze gaat op zoek naar vernieuwende en open manieren om in dialoog te gaan met de Vlamingen.
- VRT evalueert haar interne kaders regelmatig. Het programmacharter, het deontologisch kader en het redactiestatuut worden op basis van deze evaluaties verfijnd.
- VRT sensibiliseert deelnemers in haar programma's en externe sprekers in haar duidingsaanbod omtrent de impact van hun media-optreden. Ze voorziet bijkomende begeleiding voor minderjarigen.

- VRT ontwikkelt een toekomstgericht kader betreffende het ethisch gebruik van data en AI. Ze biedt transparantie aan de mediagebruiker over het gebruik van data en/of AI. De eindverantwoordelijkheid voor aanbod ligt altijd bij een persoon, nooit bij AI.

SD2

DÉ MEEST BETROUWBARE INFORMATIEBRON, LEIDEND IN DE STRIJD TEGEN DESINFORMATIE

VRT versterkt haar positie als meest betrouwbare bron van onpartijdige en onafhankelijke informatie en duiding. Mediagebruikers kunnen rekenen op VRT voor heldere verslaggeving van wat er gebeurt in Vlaanderen en de wereld, op diepgravende onderzoeksjournalistiek en een pluralistische duiding bij nieuwsfeiten. VRT brengt informatie en duiding op een manier die aangepast is aan het mediagebruik van de Vlamingen. In een wereld waarin feiten en fictie steeds vaker door elkaar lopen, is de nood aan objectieve verslaggeving en journalistiek nog nooit zo groot geweest. VRT moet daarom meer dan ooit de nieuwsbron zijn waar Vlamingen op kunnen vertrouwen en leidend zijn in de strijd tegen desinformatie.

OD2.1 VRT versterkt haar positie als meest betrouwbare bron van onpartijdige en onafhankelijke informatie en duiding

- VRT ambieert de meest betrouwbare bron van informatie en duiding te blijven in Vlaanderen. Dat realiseert ze in eerste instantie via het informatie- en duidingsaanbod van de nieuwsdienst en daarnaast ook via informatie en duiding in haar ander aanbod. De kwaliteit van informatie en duiding primeert op snelheid.
- VRT staat garant voor heldere verslaggeving over wat er gebeurt in Vlaanderen, België, Europa en de wereld. Via een breed en divers aanbod helpt VRT iedereen om zijn complexe leefomgeving beter te begrijpen. De publieke omroep geeft daarbij context en duiding en plaatst zaken in perspectief.
- Audio en video staan centraal in het informatie- en duidingsaanbod van VRT en krijgen daarin een prominente plaats. Tekst is complementair aan audio en video. Om gelaagde verhalen (bijvoorbeeld inzake wetenschap, geschiedenis en desinformatie) op een verstaanbare manier te brengen kan tekst noodzakelijk zijn. Tekst is tevens nodig om snel, complex of nieuws heet van de naald op een accurate manier tot bij de eindgebruiker te krijgen.
- VRT versterkt haar diepgravende onderzoeksjournalistiek en actuele onderzoeksverhalen, zowel kwalitatief als kwantitatief. Van langlopende onderzoeksreeksen of actuele dossiers met diepgaande duiding en analyse tot korte en behapbare onderzoeksformats. VRT zoekt op dit vlak actief samenwerking op met andere mediaspelers.
- Er is aandacht voor lokale en regionale nieuwsgaring, en een blijvende aandacht voor Brussel. Op dit vlak wordt er ook samengewerkt met regionale omroepen.
- VRT zal diepgang bieden in haar informatie- en duidingsaanbod. Er ligt een uitgesproken focus op een pluralistische duiding en een verhoogde diversiteit aan opinies van externen. Deze opinies worden steeds gekaderd binnen de journalistieke verslaggeving.
- Er is een gedegen interne en externe kwaliteitscontrole en rapportering ter controle van het respect voor pluralisme en het behalen van de hoogste standaarden van onpartijdigheid.
- VRT kan mediagebruikers vragen om zich te registreren voor VRT NWS.

OD2.2 VRT is een trekker in de strijd tegen desinformatie

- VRT brengt informatie en duiding op vlak van desinformatie met bijzondere aandacht voor kwetsbare mediagebruikers en relevante platformen waar desinformatie welig tiert.
- VRT versterkt instrumenten zoals fact checking, beeldverificatie en dataverhalen.
- VRT reikt de mediagebruiker tools en vaardigheden aan om zelfredzaam te worden over desinformatie.
- VRT werkt nauw samen met andere nieuwsmedia in binnen- en buitenland, evenals bedrijven, onderwijs en andere belanghebbenden om de expertise inzake desinformatie en mediawijsheid op dit vlak te verhogen.

OD2.3 VRT maakt een prioriteit van het bereiken van kinderen en jongeren met haar informatie- en duidingsaanbod

- Karrewiet en nws.nws.nws worden verder uitgebouwd tot volwaardige nieuwsmerken.
- Innovatieve vertelvormen worden ingezet om jongere doelgroepen op een aantrekkelijke manier te bereiken met informatie en duiding.
- VRT slaagt er nog meer in kinderen en jongeren geleidelijk te laten doorstromen naar het bredere informatie- en duidingsaanbod van de publieke omroep naarmate ze ouder worden.
- Naast het bereiken van kinderen en jongeren, vereist ook het bereik van kortgeschoolden en personen van buitenlandse herkomst de komende vijf jaar bijzondere aandacht.

SD3

EEN AMBITIEUZE MOTOR VOOR CULTUUR EN DE NEDERLANDSE TAAL IN VLAANDEREN

VRT heeft een belangrijke rol om in Vlaanderen onze cultuur en de Nederlandse taal te versterken. Cultuur brengt mensen samen, reikt handvatten aan voor het leven en brengt plezier, inzichten, troost en schoonheid. VRT neemt jong en oud mee in onze rijke en diverse Vlaamse cultuur, onze gedeelde verhalen, onze geschiedenis, ons erfgoed, de rijke tradities en de dynamische evoluties in onze cultuur. De publieke omroep bouwt mee aan een samenleving die van cultuur geniet. Nederlands is een essentieel bindmiddel in onze samenleving: de Nederlandse taal geeft mensen kansen en speelt een sleutelrol in het bevorderen van begrip, de Vlaamse identiteit en samenhang. VRT speelt met haar aanbod een versterkende rol om de Nederlandse taal tot in iedere huiskamer te brengen.

OD3.1 Investeren in Vlaamse creativiteit en producties is een absolute prioriteit voor VRT

- VRT brengt verhalen die Vlaanderen in al zijn veelzijdigheid, dynamiek en veerkracht tonen. De publieke omroep stelt Vlaamse verhalen, muziek en geschiedenis centraal.
- De publieke omroep investeert prioritair in Vlaamse creativiteit en producties, zowel via traditioneel als innovatief aanbod. Eigen Vlaamse creatie gaat voor op internationale formats.
- VRT geeft kansen aan nieuw Vlaams talent uit onze culturele en creatieve sectoren¹.
- VRT versterkt haar aandacht voor de Vlaamse film, zowel op redactioneel als promotioneel vlak. Ze overlegt hierover regelmatig met het VAF.

¹ Voor VRT omvat cultuur vooral erfgoed, architectuur, design, podiumkunsten, film en audiovisuele kunst, beeldende kunst, mode, literatuur en strips, games, taal en muziek. Cfr culturele en creatieve sectoren beschreven in studie OECD bij Departement CJM.

- VRT draagt bij aan de zichtbaarheid van Vlaamse creativiteit en producties in het buitenland. Ze doet dit o.m. via samenwerkingen met andere publieke omroepen.

OD3.2 VRT brengt een breed en verdiepend cultuuraanbod

- De publieke omroep heeft op zowel een brede als verdiepende manier aandacht voor aspecten uit de Vlaamse culturele en creatieve sectoren. Aanvullend biedt VRT vanuit haar gidsfunctie de mediagebruiker een venster op cultuur uit andere landen.
- In het aanbod van VRT is er een belangrijke plaats voor Vlaamse verhalen, gezichten, stemmen en vertellers.
- VRT zorgt voor een gezond evenwicht tussen gevestigde waarden en nieuwe evoluties en jong talent. Ze heeft bijkomende aandacht voor amateurkunsten.
- VRT geeft aandacht aan inspirerende cultuur-educatieve initiatieven in het onderwijs en de brede culturele sector.
- VRT werkt samen met partners uit de culturele en creatieve sector. VRT is betrokken bij initiatieven die focussen op de belangrijkste Vlaamse cultuur-, taal-, literatuur-, en muziekprijzen. Ze besteedt er ook redactionele aandacht aan.

OD3.3 VRT zet in op een sterk en divers muziekbeleid en speelt een sleutelrol in de ontwikkeling van de Vlaamse muzieksector

- VRT speelt een essentiële rol voor de Vlaamse muzikindustrie en is een drijvende kracht achter het ondersteunen, versterken en promoten van de Vlaamse muziek.
- Muziek is cruciaal in het cultuurbeleid van VRT. De publieke omroep brengt een rijk en divers muzikaanbod: van polyfonie en klassieke muziek over jazz, pop, alternatieve rock, metal, hiphop, urban, dance, wereldmuziek tot het Vlaamse levenslied.
- VRT geeft een breed scala aan artiesten en muziekwerken kansen, meer dan elders het geval is.
- VRT is dé gids in muziekontdekking en -beleving. Ze heeft ruime aandacht voor live muziekbeleving (van festivals tot concertzalen en het clubcircuit) en capteert een diverse selectie aan muziekevenementen.
- De publieke omroep heeft bijkomende aandacht voor lokale artiesten en zet in op Vlaamse en Nederlandstalige muziek en muziekbeleving. Ze biedt een ruim podium voor nieuw muzikaal talent om door te breken en een publiek te vinden.
- VRT engageert zich tot billijke en faire samenwerkingen met de muzieksector, onder meer op vlak van rechten- en inkomstenverdeling.
- VRT zoekt samen met de muzieksector naar manieren om de consumptie van het lokale muzikaanbod te stimuleren en te vergroten.

OD3.4 VRT geeft een prominente plaats in haar aanbod aan de Vlaamse geschiedenis en het cultureel erfgoed

- De publieke omroep heeft op een zowel brede als verdiepende manier aandacht voor de Vlaamse geschiedenis, cultureel erfgoed en identiteit. Ze plaatst die thema's ook in de maatschappelijke context van vandaag en draagt zo bij aan de continue verbinding tussen het gedeelde verleden, heden en toekomst van onze samenleving.

- VRT besteedt hieraan op een eigentijdse en prominente manier aandacht in o.m. meeslepende, aantrekkelijke programma's en via mobiliserende projecten die streven naar een groot bereik en impact.
- VRT besteedt in haar aanbod gepaste aandacht aan belangrijke herdenkingsmomenten in de Vlaamse en wereldgeschiedenis.
- VRT ontsluit haar rijke archief, o.m. in relatie tot de actualiteit of specifieke thema's.

OD3.5 VRT stimuleert taalbeleving, taalvaardigheid en leesplezier

- VRT gebruikt in haar programma's Standaardnederlands en neemt zo een voorbeeldfunctie op. Door opleiding, ondersteuning, opvolging en hoge kwaliteitsstandaarden, zet VRT in op het verbeteren van de taalkwaliteit.
- Informele omgangstaal en dialect zijn enkel toegestaan wanneer ze uitzonderlijk en inhoudelijk noodzakelijk zijn voor het bredere concept van een programma of ander aanbod.
- VRT speelt een actieve rol in het stimuleren van de taalbeleving van de Vlamingen. Ze neemt op dit vlak nieuwe en vernieuwende initiatieven om het verbindende karakter van de Nederlandse taal te versterken.
- VRT draagt bij aan taalverwerving, vooral met focus op kinderen en zij die het Nederlands minder machtig zijn.
- VRT zet haar brede bereik in om boeken, verhalen en leesinitiatieven toegankelijker te maken voor het publiek, met bijzondere aandacht voor kinderen, jongeren en laaggeletterden. Ze versterkt zo het taalplezier en lezen.

SD4

WAARDEVOLLE MEDIAMOMENTEN VOOR IEDEREEN IN VLAANDEREN, ELKE DAG

VRT wil een publieke omroep zijn die relevant met sterke, impactvolle verhalen is voor iedereen in Vlaanderen. Elke Vlaming voelt zich vertegenwoordigd en aangesproken door het aanbod van VRT. Ze ambieert met de waaier van haar aanbod een zo breed en divers mogelijk publiek te bereiken om zo haar publieke opdracht te kunnen invullen. VRT zet sterk in op een betere aansluiting bij doelgroepen die ze minder goed bereikt, zoals kinderen, jongeren, 25-44-jarigen, kortgeschoolden en personen van buitenlandse herkomst. De toegankelijkheid van het aanbod van VRT is cruciaal. Iedereen is welkom.

OD4.1 Een aanbod- en distributiestrategie die tegemoet komt aan de noden van de mediagebruiker

- Met het oog op een breed bereik en rekening houdend met het evoluerend mediagebruik, bouwt VRT iedere dag verder aan een toekomstgerichte aanbod- en distributiestrategie met een combinatie van lineair en niet-lineair aanbod.
- VRT verzekert de universele toegankelijkheid van haar lineair en niet-lineair aanbod. Haar aanbod is voor iedereen kosteloos² beschikbaar.
- VRT ziet erop toe dat ze haar 'klassiek' lineair aanbod zowel naar kwantiteit als inhoud kwaliteitsvol houdt. Het stopzetten van een lineair audio- of videokanaal onder een

² Onder kosteloos wordt verstaan dat de gebruiker geen vergoeding aan VRT dient te betalen. Dat de mediagebruiker bvb. een betalend data-abonnement bij een internetprovider moet nemen, doet geen afbreuk aan het kosteloos karakter van het publiek omroepaanbod van VRT.

aanbodsmerk, zonder dat er sprake is van een van de situaties vermeld onder het hoofdstuk nieuwe diensten van deze beheersovereenkomst, vereist het voorafgaand akkoord van de Vlaamse Regering.

- Centraal in haar digitale aanbod- en distributiestrategie staan VRT MAX en VRT NWS. Beiden zijn gebruiksvriendelijke platformen waar zowel lineair als niet-lineair (breder dan 'uitgesteld kijken') aanbod beschikbaar is en waar ook interactieve functionaliteiten, personalisering en smaakverbredende algoritmes een plaats kunnen krijgen. Daarnaast kan VRT op een kostenbewuste manier onder haar submerken niet-lineaire diensten via digitale formaten ontwikkelen indien deze een onderscheidende toegevoegde waarde hebben en aantoonbaar passen binnen de publieke opdracht. VRT kan complementair daaraan aanwezig zijn op relevante derde platformen.
- Op basis van de noden en behoeften van de audiogebruiker ontwikkelt VRT haar audiostrategie als volgt:
 - VRT zet verder in op de digitalisering van radio.
 - Ze biedt minstens de lineaire radiokanalen onder de aanbodsmerken Radio 1, Radio 2, StuBru, MNM en Klara aan.
 - VRT kan gevisualiseerde versies van haar radio-uitzendingen aanbieden.
 - VRT kan tijdelijke lineaire evenementiële online live streams³ aanbieden.
 - Daarnaast kan VRT naast de bestaande lineaire online audio-streams bijkomende lineaire online audio-streams aanbieden. Dit kan gebaseerd op een bestaand submerk, meer bepaald op basis van een bestaand programma dat als basis fungeert, eventueel verder aangevuld met andere programma's in dezelfde muziekstijl. Bijkomend moeten deze audio-streams voor een grotere muziekvariatie zorgen, namelijk op vlak van de genres jazz, soul, urban music/hiphop, heavy metal, klassieke muziek, en Vlaamse muziek.
- Op basis van de noden en behoeften van de videogebruiker ontwikkelt VRT haar videostrategie als volgt:
 - Ze biedt minstens de lineaire televisiekanalen onder de aanbodsmerken VRT 1, VRT Canvas en VRT Ketnet aan.
 - VRT kan tijdelijke lineaire evenementiële online live streams⁴ aanbieden.
 - Daarnaast kan VRT lineaire online video-streams aanbieden gebaseerd op een bestaand submerk, meer bepaald op basis van een bestaand programma dat als basis fungeert, eventueel verder aangevuld met andere gelijkaardige programma's. Thema's of doelgroepen waarvoor dergelijke video-streams ontwikkeld kunnen worden zijn: nieuws en actua, kinderen, jongeren, familie, consumentenzaken, cultuur, geschiedenis, gezondheid, maatschappij- en levensbeschouwing, natuur, toerisme in Vlaanderen, wetenschap en technologie/STEM.

³ D.w.z. een tijdelijke stream n.a.v. een evenementiële gebeurtenis. Bvb. een tijdelijke stream m.b.t. of n.a.v. een sport of cultureel evenement (zoals de Olympische spelen, de Koningin Elisabethwedstrijd, Jazz Middelheim), een tijdelijke stream n.a.v. de blokperiode van studenten met muziek om de concentratie te verhogen, bvb. een tijdelijke stream n.a.v. het jubileum van een programma; een tijdelijke stream n.a.v. of m.b.t. het overlijden van een artiest.

⁴ D.w.z. een tijdelijke stream n.a.v. een evenementiële gebeurtenis. Bvb. een tijdelijke stream m.b.t. of n.a.v. een sport of cultureel evenement (zoals Olympische spelen, KEW), een tijdelijke stream n.a.v. de blokperiode van de studenten met ontspannende content ; bvb. tijdelijke stream n.a.v. jubileum van een reeks; bvb. tijdelijke stream n.a.v. of m.b.t. herdenking van WO II of het overlijden van een artiest.

OD4.2 VRT gaat voor een verhoogd bereik van kinderen en jongeren

- VRT wint het vertrouwen van nieuwe generaties door content aan te bieden die zich onderscheidt door kwaliteit en die aansluit bij hun leefwereld. Ze vergroot hun maatschappelijke betrokkenheid.
 - Voor kleuters en jonge kinderen tot zes jaar biedt VRT veilige, prikkelarme en educatief aanbod met focus op taalontwikkeling, sociale vaardigheden en speels leren. VRT ziet erop toe dat educatieve dienstverlening, als afgeleide van haar aanbod, vertrekt vanuit de minimumdoelen van het onderwijs.
 - Voor kinderen tussen zes en twaalf jaar voorziet VRT inspirerende verhalen met leerelementen, informatie op maat en content die de nieuwsgierigheid prikkelt.
 - Voor tieners en jongvolwassenen biedt VRT authentieke content die jongeren informeert, engageert en ondersteunt in hun identiteitsvorming en maatschappelijke betrokkenheid.
- Ze biedt het aanbod prioritair aan op de eigen platformen en daarnaast ook via relevante derde platformen. De ambitie is om deze doelgroepen in toenemende mate op eigen platformen te bereiken.

OD4.3 VRT is herkenbaar voor iedere Vlaming

- VRT is een afspiegeling van de diverse Vlaamse samenleving in de breedste zin van het woord.
- VRT brengt Vlamingen bij elkaar en creëert een gevoel van samenhang door betrouwbare journalistiek en gedeelde verhalen die onze samenleving weerspiegelen en verbindend zijn.
- De publieke omroep blijft streven naar een toenemende evenwichtige en inclusieve beeldvorming. Om dit op een duurzamere manier te bereiken, zal VRT sterker focussen op een betere vertegenwoordiging van vrouwen, personen met een handicap⁵ en personen van buitenlandse herkomst in haar personeelsbestand.
- Specifiek voor personen met een handicap laat VRT zich inspireren door de succesvolle aanpak van buitenlandse publieke omroepen om deze groep in haar aanbod op een inclusieve manier aan bod te laten komen.

OD4.4 VRT is een voorloper op vlak van toegankelijkheid van haar aanbod en evenementen

- VRT maakt zoveel mogelijk aanbod toegankelijk. Ze zet nieuwe technologieën in om de kwaliteit van ondertiteling, audiodescriptie en Vlaamse Gebarentaal (VGT), en de toegankelijkheid van haar aanbod en eigen platformen te verhogen.
- De publieke omroep streeft naar een quasi-volledig ondertiteld aanbod. VRT verhoogt de ondertiteling van live sportwedstrijden en andere evenementen door middel van AI.
- VRT versterkt het aanbod van audiodescriptie en VGT. Voor VGT zijn informatie en kinderprogrammatie prioritaire aandachtsdomeinen.
- VRT verbetert de digitale toegankelijkheid van het online aanbod voor groepen die minder digitaal vaardig zijn.
- VRT vergroot de talige toegankelijkheid van haar aanbod; helder en begrijpelijk Nederlands is daar de norm.

⁵ Cfr. Het Verdrag inzake de rechten van personen met een handicap werd aangenomen door de Verenigde Naties op 13 december 2006.

- VRT verzekert de toegankelijkheid van haar evenementen en opnames van programma's, inclusief fysieke toegankelijkheid voor personen met een handicap.

SD5

VIA SAMENWERKING HET MEDIA-ECOSYSTEEM VERSTERKEN

Het Vlaamse media-ecosysteem staat onder druk door technologische evoluties, de internationalisering en de concurrentie van *big tech*. Tegen die achtergrond is het belangrijk dat VRT samen met andere spelers in het creatieve en media-ecosysteem innoveert, de krachten bundelt om nieuwe businessmodellen te ontwikkelen en het voortouw neemt om investeringen in lokaal media-aanbod blijvend mogelijk te maken, waardecreatie in Vlaanderen te houden en de pluriformiteit van het Vlaamse medialandschap te verzekeren. Zo geeft ze zuurstof aan het gehele media-ecosysteem, zeker wanneer lokale media het niet onder de markt hebben. De publieke omroep neemt zelf een actieve rol op vlak van investeren in talent en de productie van nieuw lokaal aanbod en treedt hierbij niet marktversturend op.

OD5.1 Lokaal investeren in creatief talent en nieuw aanbod

- VRT investeert in het ontdekken van talent in Vlaanderen. De publieke omroep wil de volgende generatie van scenaristen, regisseurs, acteurs, makers van audio, journalisten, digitale mediamakers, ... begeleiden, duurzame kansen geven en ze laten uitgroeien tot de makers van de toekomst. VRT is dé kweekvijver voor talent dat de weg kan vinden naar andere mediaspelers. Daarmee wil ze de creativiteit op de lange termijn verzekeren en een positieve rol in het ecosysteem spelen.
- VRT blijft de grootste investeerder in lokaal aanbod. De publieke omroep investeert via haar intern productiehuis, externe producenten en andere professionele creatieve makers in Vlaams video- en audio-aanbod. Op vlak van samenwerkingen met externe producenten zijn de onafhankelijke producenten⁶ een prioritaire partner voor VRT.
- VRT werkt prioritair samen met spelers uit het Vlaamse media-ecosysteem.
- VRT zet met producenten, creatieve bedrijven en technologiespelers duurzame samenwerkingen op om o.m. vernieuwende formats, productiemethodes en innovatieve competenties te ontwikkelen.
- VRT engageert zich tot billijke samenwerkingen met de productiesector. Dit betekent dat ze faire afspraken maakt met de producenten op vlak van rechten- en inkomstenverdelingen.
- VRT onderzoekt op welke manier ze, al dan niet in samenwerking met PMV, de duurzame verankering van onafhankelijke productiehuisen in Vlaanderen kan stimuleren. Tijdens de duurtijd van deze beheersovereenkomst kan ze een minderheidsbelang nemen in maximum twee Vlaamse productiehuisen. In het geval ze effectief overgaat tot een dergelijke participatie, zal ze die in samenspraak met de Vlaamse Regering evalueren.
- VRT zet coproducties op in samenwerking met producenten en lokale en internationale partners. VRT positioneert op die manier Vlaamse verhalen, makers en producties op internationaal niveau.

⁶ Zie definitie in artikel 2, 49° van het Mediadecreet.

- De Nederlandse publieke omroep is een belangrijke partner op vlak van contentproductie en de verspreiding van content en innovatie.

OD5.2 VRT werkt op een marktconforme manier mee aan valorisatiemodellen voor Vlaamse mediaproducties

- VRT hanteert een distributie- en windowingstrategie die marktconform is, marktversterkend is en de kansen op waardeverbreiding van Vlaamse producties vergroot, zeker wat fictie betreft. Hiervoor zoekt ze in eerste instantie naar ambitieuze samenwerkingen met lokale omroepen, streamers en distributeurs.
- Wanneer evoluties op vlak van distributie- en windowingstrategie significant zouden raken aan het basisbeginsel van universele toegankelijkheid, treedt VRT hierover voorafgaand in gesprek met de Vlaamse Regering. Indien deze evoluties de facto aanleiding zouden geven tot een nieuwe dienstprocedure, is toestemming vereist van de Vlaamse Regering.
- VRT zet samen met anderen initiatieven op die de valorisatie en vindbaarheid van lokaal aanbod bevorderen. VRT speelt een actieve rol in het uitbouwen van strategische samenwerkingen die de slagkracht van het Vlaamse medialandschap vergroten.
- VRT levert maximale inspanningen om samen met andere spelers in de markt te onderzoeken hoe samenwerkingen rond commerciële communicatie kunnen worden opgezet om deze inkomsten maximaal binnen het lokale ecosysteem te houden. De ambitie is om meer commerciële communicatie-inkomsten via samenwerking te verwerven, in het bijzonder via een gezamenlijk advertentieplatform⁷.
- VRT stelt zich kostenbewust en terughoudend op in de markt voor sportrechten. Ze participeert niet in een prijsverhogend opbod.
- Gezichten en stemmen nemen een positief ambassadeurschap op voor de publieke omroep. VRT kan met hen exclusiviteitsovereenkomsten afsluiten, maar deze blijven de uitzondering en VRT houdt vast aan de daling die ingezet is. VRT stelt zich hierbij kostenbewust en terughoudend op. Diversiteit op vlak van gezichten blijft een belangrijk aandachtspunt.

OD5.3 Samen innoveren voor een relevante, Vlaamse mediaomgeving

- VRT innoveert om haar publieke opdracht toekomstbestendig te realiseren. Door slimme technologieën verantwoord toe te passen, maakt ze haar aanbod toegankelijker, inclusiever en relevanter voor iedereen. Door te innoveren, kan de publieke omroep nieuwe formaten aanbieden aan de mediagebruiker. VRT vermijdt door nieuwe toepassingen filterbubbels en gebruikt algotorials en andere instrumenten om Vlamingen naar een divers mediagebruik te leiden.
- Innovatie vormt een belangrijke hefboom in de strijd tegen desinformatie. VRT werkt op dit vlak samen met nieuwsmedia in binnen- en buitenland en andere, relevante partners.
- Om de mediagebruiker beter te begrijpen en haar aanbod te verfijnen onderzoekt en ontwikkelt VRT nieuwe manieren om op een veilige en transparante manier data te verwerven en te gebruiken. VRT werkt samen met partners rond data en data-analyse.
- VRT innoveert op vlak van generatieve AI en zet samen met de sector in op de ontwikkeling van een Vlaams taalmodel (LLM). Ze onderzoekt de toepassingen hiervan zowel in productieprocessen als in het aanbod zelf.

⁷ Dirk Wauters en Daniel Knapp, Inkomsten commerciële communicatie - Eindrapport, 19 November 2024.

- Met oog op het veranderend mediagebruik gaat VRT na welke innovaties op vlak van *augmented reality*, *virtual reality* en gaming interessant zijn om aansluiting te vinden bij bepaalde doelgroepen en kan die desgevallend verwerken in haar aanbod, mits ze bijdragen aan de realisatie van haar publieke opdracht.
- VRT levert maximale inspanningen om samen te werken om de kost van innovaties en significante investeringen op vlak van harde infrastructuur en software beter te dragen binnen het Vlaamse media-ecosysteem. Ze neemt deel aan initiatieven gericht op ontwikkelingen inzake gemeenschappelijke infrastructuren.
- VRT werkt op vlak van innovatie samen met zowel Vlaamse als Europese spelers, actief in media, technologische innovatie en/of digitale productontwikkeling. Rond dit thema vindt structureel overleg plaats in het kader van de Vlaamse innovatieagenda. Gegeven de belangrijke rol die VRT hierin opneemt, zal de Vlaamse Regering, indien nodig en voor zover in overeenstemming met Europese staatssteunregels, zich inzetten om de toegang tot en gebruik van de diverse innovatiefinancieringsmechanismen van VLAIO voor VRT te bekijken.

3. Organisatie, toezicht en financiën

3.1

Een organisatie waarin talentontwikkeling en welzijn centraal staan

VRT zet de komende jaren in op een dynamisch en toekomstgericht talentbeleid dat inspeelt op de uitdagingen van een veranderend medialandschap. Door strategische competenties te ontwikkelen, leiderschap te versterken en een kweekvijver van talent te zijn, blijft VRT relevant en versterkt ze ook het Vlaamse media-ecosysteem.

VRT blijft inspanningen leveren op vlak van opleiding voor alle medewerkers. De focus ligt op het verwerven van diverse digitale vaardigheden en projectmatig samenwerken. Medewerkers krijgen ondersteuning via ervaringsgericht leren en er zijn daarnaast opleidingen specifiek voor leidinggevend. Specifiek voor de nieuwsdienst creëert VRT een journalistenacademie om journalistiek talent te ontdekken en blijvend te ontwikkelen.

Naast opleiding is er bijzondere aandacht voor welzijn. Medewerkers die zich goed voelen, presteren beter op de werkvloer, gaan flexibeler om met veranderingsprocessen en zullen langer bij het bedrijf blijven werken. VRT investeert dan ook actief in een uitgewerkt welzijnsbeleid. VRT neemt een voorbeeldrol op voor de brede Vlaamse mediasector.

Er wordt zowel preventief als curatief gewerkt aan het stimuleren van de fysieke en mentale gezondheid van de medewerkers. Focus ligt daarbij op het versterken van een cultuur van open communicatie, dialoog en feedback en verbinding tussen medewerkers. Er is een breed aanbod van opleidingen en inspiratiesessies rond welzijn. VRT organiseert ook leiderschapstrajecten voor leidinggevend. Daarnaast is er een meer gefocust aanbod op personen of teams waar er problemen zijn vastgesteld. Wanneer een gezonde, veerkrachtige en professionele manier van samenwerken niet mogelijk is, intervenueert het welzijnsteam op basis van heldere processen inzake het psychosociaal welzijn op het werk, inclusief sociale integriteit. VRT rapporteert in het jaarverslag over de initiatieven die zij op vlak van welzijn neemt en over de resultaten van deze initiatieven. VRT heeft hierbij specifiek

aandacht voor de evolutie van de vastgestelde risico's inzake psychosociaal welzijn, namelijk stress, burn-out risico, discriminatie en grensoverschrijdend gedrag.

3.2

Een flexibele en toekomstbestendige organisatie.

VRT bouwt verder aan een wendbare en slagkrachtige organisatie met aandacht voor kostenbeheersing, performantie en nieuwe noodzakelijke competenties. Ze zet haar veranderingstraject doelgericht voort, versnelt haar digitale transformatie en ontwikkelt zich volgens een vernieuwde strategische medialogica. Dat gaat niet enkel over heldere keuzes van wat VRT aanbiedt, maar ook over de optimalisatie van de onderliggende processen en structuren. Hierin schuilt ook de verwachting naar efficiëntie, o.m. door de inzet van AI en andere technologieën.

VRT werkt gedurende de looptijd van deze beheersovereenkomst verder aan de performante en efficiënte werking van haar organisatie, wat zich vertaalt in efficiëntiewinsten.

Het is essentieel dat VRT haar werking marktconform is, zeker in een mediamarkt die de afgelopen jaren sterk aan disruptie onderhevig is. Ze versterkt haar slagkracht en marktconformiteit o.a. door anomalieën uit haar werkreglement te halen in lijn met o.m. de aanbevelingen van interne audit op dit vlak. De Vlaamse Regering verwacht dat de publieke omroep in tijden van algemene loonmatiging die beleidslijn volgt, conform de huidige en toekomstige afspraken die daarover binnen de federale en Vlaamse Overheid gemaakt zijn en worden. Dit doet geen afbreuk aan de autonomie van het personeelsbeleid van VRT en het sociaal overleg.

VRT beschikt over een afgelijnd intern controlesysteem (met de controleomgeving, de risicobeheersing, de controleactiviteiten, informatie en communicatie, en monitoring als bouwstenen), een risicobeheersingsysteem en een mechanisme dat kwaliteit van informatie en rapportering waarborgt. De dienst Interne Audit evalueert de efficiëntie, de effectiviteit, de kwaliteit en de integriteit van de organisatiebeheersing. VRT besteedt bijkomende aandacht aan de naleving van de wetgeving overheidsopdrachten. Op het vlak van organisatiebeheersing is de 'Leidraad interne controle/organisatiebeheersing Vlaamse Overheid' (2015) richtinggevend. De tien door de Vlaamse Overheid gedefinieerde thema's in de Leidraad zullen gebruikt worden om de risico's in kaart te brengen met de beheersmaatregelen binnen VRT, en zo eventuele bijkomende of overlappende beheersmaatregelen vast te stellen. VRT zal het interne controlesysteem en het risicobeheer breder trekken en verder verstevigen in de organisatie. Zo zal elk van deze thema's een rol spelen bij de vier globale doelstellingen waarin VRT vanuit risicobeheer wil excelleren, namelijk het bereiken van een effectieve, efficiënte, kwaliteitsvolle en integere werking van de organisatie.

3.3

Een duurzame organisatie

VRT wil als publieke omroep een duurzame organisatie zijn, met een duidelijke focus op milieu-, sociale en bestuursdoelstellingen. VRT handelt waar mogelijk in lijn met de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen van de Verenigde Naties en verankert duurzaamheid niet alleen in haar aanbod, maar ook in haar interne werking en vraagt haar partners om bij te dragen tot deze ambitie.

Naast ambities op vlak van sociale- en bestuursaad, streeft VRT er naar haar milieuvoetafdruk systematisch te verkleinen via o.m.:

- het opnemen van duurzaamheidscriteria in het aankoopbeleid;
- het vergroenen en diversifiëren van het mobiliteitsbeleid, o.m. via carpoolcampagnes en fietsacties;
- het bewust en preventief omgaan met de milieu-impact van producties;
- het maken van duurzame keuzes in catering;
- een bijna fossiel-neutrale nieuwbouw;
- een bredere visie op infrastructuur en werkruimte, met oog voor plaats- en tijdsafhankelijk werken.

VRT rapporteert hierover conform de wettelijke vereisten.

3.4

Een performante organisatie

De performantie-indicatoren hieronder concretiseren op een jaarlijks meetbare manier de strategische en operationele doelstellingen uit deze beheersovereenkomst.

SD1: VRT als hét huis van vertrouwen met een aanbod dat kwaliteitsvol en onderscheidend is

1. Minstens 70% van de Vlamingen heeft vertrouwen in VRT. De publieke omroep betracht het vertrouwen te verhogen en toont aan met welke initiatieven ze dit doet.
2. Minstens 70% van het video-aanbod in de VRT MAX catalogus is een Vlaamse (co-) productie. Vlaams aanbod krijgt een prominente plaats op VRT MAX.
Het aandeel van de Vlaamse tv-producties en -coproducties bedraagt minstens 65% van de totale output op VRT 1, uitgezonden tussen 18 uur en 23 uur, en op VRT Canvas, uitgezonden tussen 20 uur en 23 uur.
3. Minstens 90% van het video-aanbod in de VRT MAX catalogus is een Europese productie.⁸
4. Minstens 15% van het video-aanbod in de VRT MAX catalogus bestaat uit documentaires.
5. Minstens 10% van het video-aanbod in de VRT MAX catalogus bestaat uit muziek en cultuur.
6. VRT neemt op jaarbasis minstens 2 samenwerkingsinitiatieven op vlak van educatie en minstens 2 samenwerkingsinitiatieven voor de versterking van mediawijsheid, met de focus op kinderen en jongeren.
7. VRT heeft 365 dagen per jaar aandacht voor vrouwensport of G-sport of sporten met een kleiner draagvlak. VRT toont aan dat ze dat in de waaier van haar aanbod op een kwalitatieve en impactvolle manier doet.

⁸ Cfr. Mediadecreet, Art.2 §11: 11° Europese producties : a) de volgende producties : 1) producties die afkomstig zijn uit lidstaten van de Europese Gemeenschap; 2) producties die afkomstig zijn uit derde Europese staten die partij zijn bij het Europees Verdrag inzake grensoverschrijdende televisie van de Raad van Europa en die voldoen aan de voorwaarden, vermeld in punt b); 3) coproducties die zijn vervaardigd in het kader van tussen de Europese Gemeenschap en derde landen gesloten overeenkomsten met betrekking tot de audiovisuele sector en die voldoen aan de voorwaarden van de betrokken overeenkomsten. Voorwaarde voor de toepassing van punten 2) en 3) is dat producties die afkomstig zijn uit lidstaten, in de betrokken derde landen niet worden getroffen door discriminerende maatregelen. Daarbij wordt uitgegaan van het huidige lidmaatschap van de EU en de Raad van Europa. Indien er fundamentele wijzigingen gebeuren m.b.t. de landen die lid zijn van deze organisaties zal deze KPI worden herzien.

8. Minstens 30% van het Sporza-aanbod (web en applicatie) heeft betrekking op vrouwensport, G-sport of minder populaire sporten. Tijdens een Olympisch jaar stijgt dit naar minstens 35%.
9. VRT engageert zich om minstens 2 keer per jaar alle krachten, over merken en platformen heen, te bundelen en met maatschappelijk belangrijke thema's een breed publiek te bereiken.
10. VRT is transparant over het gebruik van AI en data t.o.v. de mediagebruiker. Hiertoe onderneemt VRT de nodige acties, zoals de publicatie van haar ethisch kader. Daarnaast toont VRT aan hoe ze daar in haar werking concreet mee aan de slag gaat.

SD2: Dé meest betrouwbare informatiebron, leidend in de strijd tegen desinformatie

11. Minstens 70% van de Vlamingen stelt vertrouwen in VRT NWS via televisie, radio of online. VRT betracht het vertrouwen te verhogen en toont aan met welke initiatieven ze dat doet. Hierin moet er aandacht zijn voor o.m. een verhoogd pluralisme op vlak van meningen en perspectieven die aan bod komen, acties op vlak van desinformatiebestrijding en transparantie over redactionele keuzes alsook eventuele fouten.
12. VRT bereikt ieder jaar een toenemend aantal Vlamingen met haar aanbod tegen desinformatie. Minstens 65% in 2026 en 70% in 2030.
13. VRT maakt minstens 15 diepgravende onderzoeksjournalistieke verhalen in 2026 en toenemend tot 20 in 2030, aangeboden op verschillende platformen. VRT neemt aantoonbaar initiatieven om deze onderzoeksjournalistiek ook tot bij doelgroepen jonger dan 45 jaar te brengen. Ze neemt het voortouw om voor meerdere onderzoeks-journalistieke projecten samen te werken met andere spelers in de mediasector.
14. VRT NWS streeft een bereik na met de totaliteit van haar informatieaanbod op weekbasis minstens 75% van de Vlaamse bevolking. VRT NWS bereikt op weekbasis minstens 65% van elke relevante doelgroep:
 - Geslacht: man, vrouw,
 - Leeftijdsgroepen: 12-24, 25-44, 45-64, 65+ (jaar),
 - Opleidingsniveau: hoger onderwijs, niet hoger onderwijs,
 - Afkomst: personen met buitenlandse herkomst.

VRT illustreert op welke manier ze vernieuwende formats inzet om haar bereikdoelstelling op vlak van informatie en duiding te realiseren.

15. Minstens 65% met groeipad naar 70% tegen het einde van de beheersovereenkomst van de items op VRT NWS is duidelijk gerelateerd aan audio- en/of video-aanbod, uitgezonderd items over geschiedenis, cultuur, wetenschap en het bestrijden van desinformatie (fact checks, datajournalistiek, beeldverificatie).
16. VRT bereikt met haar duidingsaanbod minstens 45% van de mediagebruikers met een groeipad naar 50% in 2030.

SD3: Een ambitieuze motor voor cultuur en de Nederlandse taal in Vlaanderen

17. Elk aanbodsmerk, met uitzondering van Sporza, brengt een cultuuraanbod, aangepast aan de doelgroep van dat merk.
18. Het Journaal van Eén bevat jaarlijks minstens 365 cultuuritems. VRT toont aan dat ze dat op een kwalitatieve en impactvolle manier doet.
19. VRT investeert in minstens 3 VRT-brede cultuurprojecten per jaar. VRT voorziet op dit vlak voldoende variatie over de jaren van deze beheersovereenkomst heen.

20. VRT investeert jaarlijks in de coproductie van minimaal 15 afleveringen documentaires, waarvan minstens 8 Vlaamse⁹ auteursdocumentaires¹⁰ (one-off-documentairefilm of afleveringen per reeks).
21. VRT capteert jaarlijks 250 concerten, Vlaamse voorstellingen of festivals voor één of meerdere aanbodsmerken.
22. VRT investeert in minstens 3 VRT-brede projecten op vlak van taal, lezen, voorlezen, literatuur per jaar. VRT voorziet op dit vlak voldoende variatie over de jaren van deze beheersovereenkomst heen.
23. VRT heeft ruimschoots aandacht voor Vlaamse muziek op VRT-radio en dit in een mix van genres, door verschillende aanbodsmerken, naar verschillende doelgroepen.
- Vlaamse muziekproducties¹¹ nemen op Radio 1, Radio 2, Klara, MNM en Studio Brussel minstens 25% van de totale muziektijd in.
 - Minstens 30% van de muziektijd op Radio 2 is Nederlandstalig.
 - Minstens 15% van de muziektijd op Radio 1 is Nederlandstalig.
- Vlaamse en Nederlandstalige producties krijgen ruime aandacht in programma's die prominent zichtbaar gemaakt worden in het online audio-aanbod van VRT.
- VRT doet elk jaar minstens 3 initiatieven om nieuw, lokaal muzikaal talent kansen te geven.
24. VRT besteedt jaarlijks in diverse programma's ruime aandacht aan belangrijke gebeurtenissen die gerelateerd zijn aan de Vlaamse identiteit, geschiedenis en/of erfgoed. VRT zet hiervoor diverse merken en platformen in om alle doelgroepen te bereiken. Met minstens 1 programma mikt VRT op een bereik van minstens 1 miljoen mediagebruikers.

SD4: Waardevolle mediamomenten voor iedereen in Vlaanderen, elke dag.

25. VRT bereikt met haar aanbod op weekbasis minstens 85% van alle Vlamingen. VRT bereikt op weekbasis minstens 75% van elke relevante doelgroep:
- Geslacht: man, vrouw,
 - Leeftijdsgroepen: 12-24, 25-44, 45-64, 65+,
 - Opleidingsniveau: hoger onderwijs, niet hoger onderwijs,
 - Afkomst: personen met buitenlandse herkomst.
- Het aantal kinderprofielen van 6-12-jaar op VRT MAX stijgt jaarlijks met 2.5 %.
26. VRT streeft naar een dagbereik van minstens 70%.
27. Een stijgend aantal actieve VRT MAX gebruikers consumeert minstens drie verschillende genres.
28. VRT rapporteert jaarlijks over hoe ze werk maakt van een meer evenwichtige en inclusieve beeldvorming en hoe ze inzet op meer diversiteit in haar personeelsbestand. Daarbij geeft VRT ook aan waar verdere inspanningen nodig zijn en welke concrete stappen ze zal ondernemen.
29. VRT maakt haar aanbod toegankelijk voor personen met een handicap.

⁹ Cfr. Beheersovereenkomst VAF/Mediafonds.

¹⁰ Documentaire is een non-fictiefilm of reeks, die een behandeling of interpretatie weergeeft van de realiteit, vanuit de persoonlijke betrokkenheid van de maker, met een intrinsiek lange termijnwaarde. Verduidelijking: Dit gaat over de investeringen. Het is mogelijk dat een documentaire waarin in jaar x geïnvesteerd wordt, in jaar y geprogrammeerd wordt, hetzij lineair, hetzij op VRT MAX of beiden.

¹¹ Vlaamse muziekproductie: elke productie waarbij decreatieve inbreng van een Vlaming als uitvoerder, auteur, producer of arrangeur een bepalende rol speelt.

- VRT ondersteunt maximaal de gesproken ondertiteling bij alle niet-Nederlandstalige programma's (uitgezonderd specifieke archiefbeelden).
- VRT voorziet audiodescriptie van alle Nederlandstalige fictie (exclusief soap). Daarnaast wil VRT het aanbod van audiodescriptie verhogen bij, waarin veel slechtzienden geïnteresseerd zijn, bvb. sportwedstrijden of human interest.
- VRT realiseert een progressieve groei van 95% naar 98% tegen 2030 ondertiteling van al haar video-aanbod (uitgezonderd Ketnet Jr., hosting, trilering, commerciële communicatie, BAN en muziekprogramma's, specifieke archiefbeelden).
- VRT verzorgt een journaal voor volwassenen en een kinderjournaal via open net, VRT NWS en VRT MAX met een tolk Vlaamse Gebarentaal. Voor een selectie van grote evenementen en maatschappelijk relevante programma's verzorgt VRT bijkomend VGT. Ze zorgt daarvoor dat het aantal uitzendingen in VGT over de looptijd van de beheersovereenkomst met 5% groeit.
- VRT verbetert, conform het Mediadecreet, de inclusieve gebruiksvriendelijkheid en toegankelijkheid van haar websites en apps.
- VRT haalt voor haar grote evenementen het label "toegankelijk event" van Inter.
- De toegankelijkheid van het nieuwe VRT-gebouw voldoet aan het A++ label van Inter.

SD5: Samen het mediaecosysteem versterken

30. VRT besteedt minstens 20% van haar totale inkomsten exclusief ruil en evt. herstructureringskosten aan externe productie¹². Dit loopt tegen eind 2030 op naar 23%.
31. VRT investeert op jaarbasis minimaal 600.000 euro in de externe audiosector.
32. VRT toont aan welke inspanningen ze geleverd heeft om met andere spelers in de markt te onderzoeken hoe samenwerkingen rond commerciële communicatie kunnen worden opgezet om deze inkomsten maximaal binnen het lokale ecosysteem te houden. VRT toont eveneens haar geleverde inspanningen aan om deel te nemen aan een gezamenlijk advertentieplatform.
33. VRT organiseert minstens 2 keer per jaar een moment van kennisdeling op vlak van innovatie waarop alle spelers uit het Vlaamse media-ecosysteem uitgenodigd zijn. VRT heeft hierbij zeker aandacht voor artificiële intelligentie.
34. VRT participeert jaarlijks in minimaal 3 innovatieprojecten i.s.m. Vlaamse en internationale mediabedrijven, universiteiten en starters. De publieke omroep investeert prioritair in samenwerkingen met lokale spelers (minstens 2 innovatieprojecten).
35. VRT neemt op jaarbasis minstens 2 samenwerkingsinitiatieven op vlak van het tegengaan van desinformatie (bijvoorbeeld inzake datajournalistiek, beeldverificatie, ...).

3.5

Transparantie en toezicht

¹² Bestedingen (i.e. uitgaande geldstromen) aan de externe productie- (audio, video en digitale content) en facilitaire sector. Deze bestedingen bevatten 2 types: i.e. bestedingen in de externe productiesector (1) en de facilitaire sector (2). Bestedingen in de externe productiesector zijn cash out van tape op tafel (zonder schermwaarde en VRT-inbreng in natura), cash out van afgewerkte online producten, cash out van afgewerkte reportages, ontwikkelingsbudget externe productiehuisen. Al deze uitgaven aan productiegebonden bedrijven, ongeacht of deze het statuut hebben van productiehuis of freelancer vallen er onder. Versleutelingen van de exclusiviteiten van de externe producenten vallen hier niet onder. Bestedingen in de facilitaire sector zijn cameraploegen, huur extern facilitair personeel en ENG personeel, huur productiemiddelen, opnamemiddelen, studio's, reportagewagens, montage. Bestedingen type (1) en type (2) blijven grosso modo in gelijke mate evolueren. Een globale stijging van externe bestedingen kan niet gepaard gaan met een negatieve evolutie van bestedingen type (1).

Jaarverslag

VRT is inzake de uitvoering van haar publieke opdracht transparant. Daartoe publiceert zij jaarlijks een verslag. Het jaarverslag bevat alle relevante informatie over de uitvoering en financiering van de publieke opdracht, telkens vergelijkbaar over de jaren heen. VRT houdt zich hierbij minimaal aan het transparantieniveau van het jaarverslag 2024. Volgende elementen maken deel uit van het jaarverslag:

- Een onderbouwde toelichting over het al dan niet behalen van de KPI's.
- Een verbeterplan voor de KPI's die niet behaald werden.
- De aanbevelingen en de strategische acties die voortvloeien uit de kwalitatieve dialoog.
- Een overzicht van de kosten en opbrengsten, zoals vermeld in het financieel plan.
- Op vlak van kosten: informatie over bestedingen per aanbodsmerk, bestedingen in de externe sector, de voorraden met betrekking tot programma-aankoop, eigen productie en sportrechten.
- Op vlak van opbrengsten: informatie over commerciële communicatie, BAN en ruilopbrengsten, inkomsten uit bijkomende subsidies en institutionele financiering, en inkomsten uit commerciële activiteiten zoals toegestaan onder het 'Commercieel kader' zoals goedgekeurd door de raad van bestuur van VRT.
- De netto-kost van de publieke opdracht.
- Financiële rapportering over de activiteiten van de vennootschappen opgenomen in de geconsolideerde jaarrekening van VRT.
- VRT verschaft transparantie inzake de jaarlijkse vergoeding van schermgezichten en radiostemmen waarmee VRT een exclusiviteitsovereenkomst heeft afgesloten zonder dat informatie wordt gegeven op individuele basis. VRT rapporteert het aantal contracten in 4 categorieën: 0-100K, 101-250K, 251-400K, en meer dan 400K.

VRT werkt in een uitermate concurrentiële markt en rapporteert of communiceert daarom, noch in noch buiten het jaarverslag, met oog op het vrijwaren van de marktwerking, over gevoelige concurrentiële, bedrijfs- of strategische informatie (zoals individuele productieovereenkomsten, arbeidsovereenkomsten en -voorwaarden, exclusiviteitscontracten, distributieovereenkomsten, de kostprijs van individuele producties en marktstudies) die haar belangen of die de privacy of de financiële, commerciële of strategische belangen van medewerkers, klanten, leveranciers of andere partners kunnen schaden.

Open communicatie

VRT hanteert inzake de uitvoering van haar publieke opdracht een sterkere en open communicatie met de Vlaamse Regering, het Vlaams Parlement, de Vlaamse Regulator voor de Media, het publiek, de vakbonden en de medewerkers. Ze is met name duidelijk over wat ze doet met het oog op het realiseren van haar publieke opdracht en illustreert haar waarde voor de samenleving.

VRT geeft aan elk controleorgaan op strikt vertrouwelijke basis de informatie die dat orgaan nodig heeft om zijn toezicht te kunnen uitvoeren en dit conform de juridische regels daaromtrent.

Het Auditcomité en, extern, de commissaris, Audit Vlaanderen, het Rekenhof en de Gemeenschapsafgevaardigde hebben op strikt vertrouwelijke basis toegang tot alle nodige en nuttige

documenten en informatie, ook de bedrijfsgevoelige en vertrouwelijke documenten en informatie binnen de grenzen van hun toezichtsoopdracht. VRT past het 'single audit'-concept toe.

De leidende principes van toezicht door de Raad van Bestuur zijn vastgelegd in het Charter Deugdelijk Bestuur van VRT.

Vertrouwelijke informatie

Vertrouwelijke informatie wordt als dusdanig behandeld door de diverse beslissingsorganen en toezichthouders.

Rapportering

- VRT zal jaarlijks, voor 1 juni, rapporteren aan de Vlaamse Regering over het behalen van de KPI's, op basis van een door de Raad van Bestuur goedgekeurde nota.
- De Gemeenschapsafgevaardigde stelt eveneens een evaluatierapport hierover op. Dat wordt voor 1 juni voorgelegd aan de Vlaamse Regering. Een kopie wordt aan VRT bezorgd.
- De Vlaamse Regulator voor de Media voert toezicht uit op de naleving door VRT van de KPI's in deze beheersovereenkomst en rapporteert hier eveneens jaarlijks voor 1 juni over aan de Vlaamse Regering. VRT verbindt zich ertoe hieraan de nodige medewerking te verlenen. De Vlaamse Regulator voor de Media en VRT bepalen gezamenlijk de meetsystemen voor de KPI's. De Vlaamse Regulator voor de Media kan zich hiervoor op de rapportage van VRT baseren en kan ook zelf onafhankelijke controles uitoefenen, al dan niet door een beroep te doen op derden. Voor de financiële KPI's (i.e. KPI 24, 25 en 26) kan VRM informatie opvragen bij het Rekenhof. VRT ontvangt een kopie van het verslag van de regulator. Vertrouwelijke gegevens worden niet gepubliceerd.
- Zoals door artikel 21 van het Mediadecreet bepaald, legt de Vlaamse Regering jaarlijks de nota van VRT, samen met het evaluatierapport van de Gemeenschapsafgevaardigde en de Vlaamse Regulator voor de Media voor aan het Vlaams Parlement en dit voor 30 september. De gedelegeerd bestuurder van VRT licht de jaarlijkse rapportering mondeling toe in de bevoegde commissie van het Vlaams Parlement.
- Het Rekenhof kan de getrouwheid van de gegevens en meetsystemen controleren. VRT verleent hier de nodige medewerking aan. Vertrouwelijke informatie wordt op vraag aan het Rekenhof bezorgd, maar kan niet gepubliceerd worden.
- VRT zal eveneens elk jaar het door de Raad van Bestuur goedgekeurde jaarverslag en de jaarrekening ter goedkeuring voorleggen aan de Algemene Vergadering binnen de ter zake geldende termijnen.

3.6

Nieuwe diensten

Overeenkomstig het Europese regelgevend kader, de hieruit voortvloeiende bepalingen in het Mediadecreet en de relevante uitvoeringsbesluiten vergen nieuwe diensten en activiteiten die niet gedekt zijn door deze beheersovereenkomst een voorafgaande goedkeuring door de Vlaamse Regering.

1. Nieuwe diensten

Worden als een nieuwe dienst beschouwd:

- de creatie van een bijkomend aanbodsmerk;
- de creatie van een bijkomend lineair radiokanaal onder een aanbodsmerk;
- de creatie van een bijkomend lineair televisiekanaal onder een aanbodsmerk;
- de creatie van een lineaire online audiostream onder een submerk niet gevat onder OD4.1 van deze beheersovereenkomst;
- de creatie van een lineaire online videostream onder een submerk niet gevat onder OD4.1 van deze beheersovereenkomst;
- de creatie van een bijkomend en volwaardig geaggregeerd audio- en videoplatform zoals VRT MAX;
- de creatie van een bijkomende dienst onder een submerk waarvan de marginale kost van de dienst over de eerste 3 jaar van de dienst 3% of meer van de omzet van VRT van het afgelopen boekjaar bedraagt;
- de creatie van een bijkomende dienst onder een dienstverlenend merk waarvan de marginale kost van de dienst over de eerste 3 jaar van de dienst 3% of meer van de omzet van VRT van het afgelopen boekjaar bedraagt;
- de creatie van nieuwe interactieve afgeleiden waarvan de marginale kost van de dienst over de eerste 3 jaar van de dienst 3% of meer van de omzet van VRT van het afgelopen boekjaar bedraagt;
- het aanbieden van een betalende aanbodsmerk nl. een dienst die een directe betaling aan VRT van de mediagebruiker vereist (inclusief het betalend maken van een voorheen gratis aan de mediagebruiker aangeboden dienst).

2. Bestaande diensten

Worden niet als een nieuwe dienst of activiteit beschouwd:

- diensten en activiteiten die bestaan op datum van het afsluiten van deze beheersovereenkomst;
- diensten en activiteiten die voorzien zijn in het kader van deze beheersovereenkomst;
- aanpassingen van de diensten en activiteiten in bovenstaande twee punten mits deze aanpassingen binnen de contouren van de desbetreffende passage van de beheersovereenkomst m.b.t. de betrokken dienst of activiteit blijven of betrekking hebben op onderstaande punten;
- het niet-lineair aanbieden van bestaande lineaire diensten;¹³
- het re-branden of herstylen van een aanbodsmerk, dienstverlenend merk submerk of het koepelmerk VRT, of het re-branden van een dienst;¹⁴
- de creatie van submerken, dienstverlenende merken of interactieve afgeleiden voor zover complementair aan bestaand aanbod, tenzij het gaat om een situatie bedoeld in voorgaande titel 1;

¹³ Bvb. het aanbieden van een gepersonaliseerde lineaire stream waarin producties uit het lineaire aanbod worden opgenomen.

¹⁴ Bvb. rebranding en herstyling van één naar VRT één; rebranden en herstylen van VRT NU naar VRT MAX.

- het samenvoegen van aanbodsmerken of submerken, al dan niet onder een nieuw aanbodsmerk of submerk,¹⁵ voor zover er geen sprake is van de creatie van een bijkomend lineair kanaal onder een aanbodsmerk en/of een bijkomend non-lineair platform dat in een geaggregeerd audio- of videoaanbod voorziet zoals VRT MAX;
- het niet significant aanpassen van de missie van een aanbodsmerk;¹⁶
- iedere bijsturing van de redactionele invulling of het redactioneel format van een dienst;
- een reguliere uitbreiding, of inkrimping van de hoeveelheid, het genre of het aantal uren content dat via een aanbodsmerk, dienstverlenend merk, submerk, het koepelmerk VRT of dienst wordt aangeboden;
- iedere wijze van technische distributie van het VRT-aanbod.¹⁷

3. Tijdelijke proefprojecten

Het is VRT toegestaan om tijdelijke proefprojecten van maximum 16 maanden op te zetten, bij voorkeur en indien technisch mogelijk voor een beperkt deel van het publiek. Proefprojecten worden, zolang in testfase, niet als nieuwe diensten beschouwd. VRT maakt dit voorafgaand aan de start van een proefproject bekend aan de minister van Media. Daarbij verstrekt VRT een beknopte beschrijving van het proefproject met o.m. een omschrijving van de duur en opzet van het project, en de redenen waarom VRT dit wil opstarten.

VRT zal na 10 maanden het proefproject evalueren en indien zij dit project verder wil zetten als nieuwe dienst, dan zal zij binnen een redelijke termijn een rapport indienen voor het verkrijgen van de toestemming van de Vlaamse Regering voor deze nieuwe dienst. Indien de procedure voor het verkrijgen van de toestemming om het project als nieuwe dienst uit te rollen niet voltooid is binnen de termijn van 16 maanden, dan wordt de testperiode verlengd voor de termijn nodig voor het verkrijgen van de goed- of afkeuring van het project als nieuwe dienst.

VRT vermeldt in haar jaarverslag de in het afgelopen kalenderjaar uitgevoerde proefprojecten waarvoor zij een aanvraag als nieuwe dienst zal indienen of ingediend heeft bij de Vlaamse Regering.

4. Procedure

Indien er sprake is van een bestaande dienst kan VRT de desbetreffende plannen uitvoeren zonder deze vooraf aan de Vlaamse Regering voor te leggen. Op vraag van de Vlaamse Minister bevoegd voor Media zal VRT toelichting verschaffen over haar evaluatie waarom een aanpassing of ontwikkeling van een dienst of activiteit onder het regime van bestaande diensten valt.

Indien er gerede twijfel bestaat of het om een nieuwe dienst of significante wijziging van een bestaande dienst gaat, zal VRT hierover de Vlaamse Regering contacteren. Meer bepaald zal VRT aan de Vlaamse Regering een rapport bezorgen zodat de Vlaamse Regering kan beoordelen of er al dan niet sprake is

¹⁵ Bvb. Radio 1 en VRT Canvas worden samengevoegd onder het merk "VRT Canvas" en het tv kanaal en radiokanaal worden gerebrand in VRT Canvas.

¹⁶ Bvb. de missie van MNM wordt herzien waarbij mnm op een iets jonger publiek mikt met urban muziekstijlen en festivals.

¹⁷ Bvb. de distributie van bestaande diensten via 5G, destijds de verdeling van de FM radiokanalen ook via DAB- en IP-technologie, de verspreiding van een bestaande online audiostream via DAB.

van een nieuwe dienst of activiteit en er derhalve nood is aan goedkeuring door de Vlaamse Regering. VRT brengt in dit rapport het volgende in kaart:

- of en hoe deze diensten of activiteiten bijdragen tot de realisatie van de strategische doelstellingen van deze beheersovereenkomst;
- of en hoe deze diensten of activiteiten tegemoetkomen aan een (nieuwe) mediabehoefte of mediagebruik;
- in welke mate de dienst of activiteit al dan niet complementair is aan bestaande diensten of activiteiten van VRT of deze (op termijn) vervangt, de geraamde kostprijs van de dienst of activiteit en de wijze van financiering, eventueel met verduidelijking van het businessmodel.

Indien de Vlaamse Regering van oordeel is dat er sprake is van een nieuwe dienst, dan wordt de procedure van artikel 18 van het Mediadecreet opgestart.

Indien er duidelijk sprake is van een nieuwe dienst, dan zal VRT hiervoor de toestemming vragen aan de Vlaamse Regering. VRT zal een rapport bezorgen met dezelfde elementen als waarvan sprake in voorgaande paragraaf. De Vlaamse Regering zal vervolgens de procedure van artikel 18 van het Mediadecreet opstarten. VRT kan pas de nieuwe dienst lanceren eens zij hiervoor de formele goedkeuring heeft verkregen van de Vlaamse Regering. Dit doet geen afbreuk aan de regeling op vlak van proefprojecten zoals beschreven in punt 3.

De procedure die uiteengezet wordt in artikel 18 van het Mediadecreet en in het Besluit van de Vlaamse Regering van 1 maart 2019 houdende invoeging van een hoofdstuk over adviesverlening over nieuwe diensten van VRT in het besluit van de Vlaamse Regering van 30 juni 2006 betreffende de procedure voor de Vlaamse Regulator voor de Media wordt gevolgd in de evaluatie van nieuwe diensten. De Vlaamse Regering zal zich inspannen om deze procedure verder te optimaliseren zodat op een termijn van maximaal 6 maanden na indiening van het dossier door VRT een wetenschappelijk onderbouwde beslissing wordt genomen omtrent het al dan niet goedkeuren van een nieuwe dienst.

3.7

Financieel kader

VRT moet handelen binnen een duidelijk financieel kader. Dat steunt volgens het principe van duale financiering op de toelage en de eigen middelen.

Toelage

VRT ontvangt jaarlijks volgende nog te indexeren basistoelage (in k euro):

Jaar	2026	2027	2028	2029	2030
Basistoelage	296.400 ¹⁸	296.400	296.400	296.400	296.400

Deze basistoelage wordt opgesplitst in 3 basisallocaties:

- Een basisallocatie voor het gedeelte van de basistoelage dat betrekking heeft op het loonaandeel.¹⁹

¹⁸ Dit bedrag bevat reeds het effect van het op kruissnelheid komen van de overschrijding van de spilindex in januari 2025, nl. 3.654 k euro.

¹⁹ Het percentuele loonaandeel van de toelage wordt voor 2026 gelijkgesteld aan de effectieve ESR-11-uitgaven van de begrotingsuitvoering 2025, gedeeld door de toelage vanuit het beleidsveld Media, toegekend aan VRT in het jaar 2026. Voor de berekening wordt rekening gehouden met de aanvullende toelages zoals beslist bij formatie en BHO, maar niet met

- Een basisallocatie voor - in voorkomend geval - eenmalige verhogingen van de toelage.
- Een basisallocatie voor de werkingskosten: 100% minus loonaandeel en minus eenmalige verhogingen.

Gedurende de verdere looptijd van deze beheersovereenkomst evolueert de basistoelage als volgt:

- Het gedeelte van de basistoelage dat betrekking heeft op het loonaandeel volgt het mechanisme van de overschrijding van de spilindex.²⁰
- VRT draagt er zorg voor dat de indexering van het loonaandeel, niet leidt tot een structurele verhoging van de verhouding van de personeelskosten tegenover de totale ontvangsten (exclusief ophoging patronale bijdrage pensioenfondsen statutairen of zijn rechtsopvolger) over de looptijd van de beheersovereenkomst.
- Het gedeelte van de basistoelage dat betrekking heeft op – in voorkomend geval - eenmalige verhogingen wordt niet geïndexeerd en zal in de jaren volgend op de toekenning ook geen index genereren.
- Van 2026 tot en met 2029 wordt het gedeelte van de basistoelage dat betrekking heeft op het werkingsgedeelte (100% minus loonaandeel en minus eenmalige verhogingen) aangepast aan de evolutie van de gezondheidsindex zoals afgesproken door de Vlaamse Regering bij de regeringsformatie. Dit houdt in dat dit gedeelte niet zal geïndexeerd worden in 2026 en 2027, en zal geïndexeerd worden voor de helft van de geraamde jaarevolutie van de gezondheidsindex in 2028 en 2029. In 2030 wordt dit gedeelte van de basistoelage dat betrekking heeft op het werkingsgedeelte (100% minus loonaandeel en minus eenmalige verhogingen) aangepast aan de evolutie van de gezondheidsindex en dit aan 100%, hierbij rekening houdend met mogelijke afwijkingen zoals beslist door de Vlaamse Regering.

Conform de afspraken gemaakt naar aanleiding van de regeringsformatie 2024-2029 ontvangt VRT jaarlijks volgende bijkomende toelage (in k euro):

Jaar	2026	2027	2028	2029	2030
Aanvullende toelage Regeerakkoord – deel patronale bijdrage	9.200	9.500	9.900	10.500	10.500
Aanvullende toelage Regeerakkoord – deel bijkomende activiteiten	5.800 ²¹	0	0	0	0

De bijkomende toelage Regeerakkoord wordt op een afzonderlijk begrotingsartikel begroot (huidig begrotingsartikel: HBO-1HBI2AL-PR) en wordt niet geïndexeerd.

De Vlaamse Regering garandeert deze financiering, voor zover dit engagement kadert binnen de jaarlijks goed te keuren begroting van de Vlaamse Gemeenschap.

bijkomende éénmalige aanpassingen van de toelage. In volgende jaren wordt het loonaandeel aangepast op basis van de meest recente gegevens rond effectieve loonuitgaven.

²⁰ Dit wil zeggen dat het loonaandeel van de basistoelage aangepast wordt ten belope van 2% na iedere overschrijding van de spilindex. De aanpassing wordt geproorateerd volgens het resterende aantal maanden van het jaar, te tellen vanaf de derde maand volgend op de maand van de overschrijding van de spilindex, en rekening houdend met de impact op het vakantiegeld en de eindejaarstoelage. Het volgende jaar wordt de verhoging voor 12 maanden gecompenseerd.

²¹ VRT zal deze bijkomende toelage inzetten conform de pijlers zoals bepaald in VR 2025 1403 DOC.0158/1BIS: (i) desinformatie, (ii) lokaal aanbod voor kinderen en jongeren, en (iii) digitalisering en innovatie.

Pensioenbijdrage statutaire medewerkers

De patronale pensioenbijdrage voor de statutaire personeelsleden, die door VRT doorgestort wordt aan de Vlaamse Gemeenschap, bedraagt voor 2026 11,1 miljoen euro. Vanaf 2027 wordt dit bedrag jaarlijks geïndexeerd volgens de evolutie van de gezondheidsindex:

$$11,1 \text{ miljoen euro} \times \frac{\text{gezondheidsindex december van het vorige jaar}}{\text{gezondheidsindex van december 2025}}$$

Financieringsafspraken nieuwbouw

VRT realiseert binnen het vooropgestelde budget een nieuwbouw aan de Reyerslaan die een stimulerende omgeving biedt aan creativiteit en de missie van de publieke omroep ondersteunt.

VRT staat in voor de financiering van deze nieuwbouw door de valorisatie van de vrijgekomen grond op het omroepcentrum, en de substantiële reductie van de investerings-kost en de exploitatiekosten van het gebouw in de toekomst. De autofinanciering heeft een intertemporeel neutrale ESR-impact (tussen 2014 en 2044) op de Vlaamse begroting.

Elke valorisatie van vastgoed die VRT doet, zal gebruikt worden om de autofinanciering van het nieuwe omroepgebouw te versnellen.

In het kader van transparantie over de vooruitgang van de nieuwbouw, rapporteert VRT op volgende momenten over de vooruitgang en/of financiële situatie van de nieuwbouw:

- Voorjaar (april/mei): voorstelling Raad van Bestuur
- Juni: Financiën en Begroting + Rekenhof (i.k.v. begrotingsopmaak)
- Najaar: Rapportering Grote Projecten en Programma's (rapportering aan Vlaams Parlement + algemene publicatie rapport GPP, exclusief bedrijfsgevoelige informatie)
- Jaar X+1: jaarverslag

Compensatie historische intering

VRT verbindt er zich toe de over de periode 2021-2025 gerealiseerde intering van 32,1 miljoen euro op het begrotingsmatige saldo over de periode 2026-2030 te compenseren door een begrotingsmatige saldo-opbouw. VRT informeert het departement Financiën en Begroting minstens twee keer per jaar over de effectieve uitgaven aan sportrechten. Bij het opstellen van de jaarrekening 2028 wordt de stand van zaken gezamenlijk geanalyseerd door VRT en de bevoegde kabinetten en administraties Media en Begroting.

Werven van eigen middelen

VRT kan naast haar toelage op een toekomstgerichte en marktconforme manier andere publieke en commerciële middelen werven om de realisatie van haar publieke opdracht te financieren. Ze doet dat wat betreft haar eigen commerciële middelen binnen de grenzen van het Mediadecreet, in lijn met de bepalingen van het commercieel kader zoals goedgekeurd door de Raad van Bestuur, en m.b.t. commerciële communicatie eveneens in lijn met onderstaande bepalingen.

De inkomsten uit commerciële communicatie en BAN zijn een belangrijk onderdeel van de eigen middelen van VRT. Bij het verwerven van deze inkomsten stelt VRT zich marktversterkend en marktconform op en vermijdt bvb. dumpingprijzen. Daarnaast zoekt VRT steeds naar het juiste evenwicht tussen het verwerven van deze inkomsten zoals toegestaan onder de beheersovereenkomst,

haar publieke opdracht en een zo beperkt mogelijke verstoring van de gebruikservaring van de Vlamingen.

VRT kan uitsluitend volgende vormen van commerciële communicatie brengen:

- radioreclame²², radiosponsoring²³, prerolls en postrolls rond niet-lineaire audiocontent, midrolls in niet-lineaire audiocontent, pancarte (met stilstaand beeld) bij niet-lineaire en lineaire audiocontent wanneer mediagebruiker een programma onderbreekt en prerolls bij start lineaire online audiostream, maar niet bij nieuwsuitzendingen, uitzendingen erediensten, nieuws- en duidingsprogramma's, live sportverslaggeving;
- televisiesponsoring²⁴, sponsoring van niet-uitgezonden evenementen²⁵, prerolls en postrolls rond niet-lineaire videocontent, pancarte (met stilstaand beeld) bij niet-lineaire en lineaire videocontent wanneer mediagebruiker een programma onderbreekt en prerolls bij start lineaire online videostream, maar niet bij nieuwsuitzendingen, uitzendingen erediensten, nieuws- en duidingsprogramma's, live sportverslaggeving en andere live programma's;
- display (zoals bannerings online);
- productplaatsing²⁶: zowel financiële productplaatsing als productplaatsing in natura.

VRT kan BAN²⁷ brengen op alle platformen, zowel lineair als niet-lineair.

VRT kan zowel bij commerciële communicatie als BAN gebruiken maken van interactiviteit, *add-replacement* en personalisatie.

Indien er tijdens de looptijd van de beheersovereenkomst nieuwe vormen van commerciële communicatie ontstaan, zullen VRT en de Vlaamse Regering bekijken of VRT deze nieuwe vormen van commerciële communicatie kan brengen om VRT in staat te stellen mee te laten evolueren met de markt op voorwaarde dat de reclamemarkt substantiële wijzigingen heeft ondergaan en dat er sprake is van samenwerking en marktversterking. Hetzelfde geldt voor bestaande vormen van commerciële communicatie die VRT niet mag brengen bij het afsluiten van de beheersovereenkomst. Bij deze oefening zal steeds rekening gehouden worden met de kijk- en luisterervaring van de mediagebruiker en de specifieke rol van VRT die niet opereert vanuit een marktreflex. Nieuwe afspraken hieromtrent zullen worden opgenomen in een addendum dat aan de beheersovereenkomst zal worden gevoegd.

Ten laatste in februari 2027 evalueren de minister van Media en VRT samen de reclame-inkomsten voor 2026. Wanneer blijkt dat deze inkomsten voor 2026 voor VRT negatief evolueren ten opzichte van de bij het afsluiten van deze beheersovereenkomst geformuleerde prognoses (financiële tabel), bekijkt de Vlaamse Regering hoe het eventuele tekort ten opzichte van het netto-reclameplafond kan worden aangepakt. Binnen het kader van de gemengde financiering van VRT moet tegen april 2027 duidelijk zijn hoe VRT zich vanaf dan van de nodige inkomsten binnen het nettoplafond kan verzekeren. De minister van Media en VRT herhalen indien nodig deze aanpak in het voorjaar van 2029.

Begrenzing van de inkomsten uit commerciële communicatie en boodschappen algemeen nut (BAN)

²² Zie definitie in artikel 2, 35° van het Mediadecreet.

²³ Zie definitie in artikel 2, 41° van het Mediadecreet.

²⁴ Zie definitie in artikel 2, 41° van het Mediadecreet.

²⁵ Diverse vormen van sponsorvisibiliteit op de locatie van een evenement of in de communicatie die hieromtrent wordt gevoerd.

²⁶ Zie definitie in artikel 2, 30° van het Mediadecreet en artikel 99, 1° van het Mediadecreet.

²⁷ Zie definitie in artikel 2, 3° van het Mediadecreet.

De inkomsten uit commerciële communicatie en BAN worden begrensd op 91,7 miljoen euro (hierna 'het brutoplafond'). Het brutoplafond verminderd met 1 miljoen euro (de maximale mogelijke doorstorting naar het Mediafonds) wordt hierna 'het nettoplafond' genoemd. Het 'geïndexeerd nettoplafond' is het geïndexeerd brutoplafond, verminderd met 1 miljoen euro.

Naast het brutoplafond worden ook 2 subplafonds bepaald:

- Subplafond 1: Binnen de begrenzing voor inkomsten uit commerciële communicatie en BAN wordt er een tweede bovengrens vastgelegd op 22 miljoen euro voor televisiesponsoring en televisievisibiliteit gegeven in het kader van sponsoring van evenementen die niet in het aanbod van VRT zijn opgenomen.
- Subplafond 2: Binnen de begrenzing voor inkomsten uit commerciële communicatie en BAN wordt er een bovengrens vastgelegd op 13 miljoen euro voor display en digitale video, nl. prerolls en postrolls rond niet-lineaire videocontent en prerolls bij start lineaire online videostream.

Wanneer de subplafonds niet gehaald worden, kan het resterende saldo ingevuld worden door inkomsten uit vormen van commerciële communicatie die onder het brutoplafond vallen. Dit betekent dus dat het brutoplafond gerealiseerd kan worden zonder dat de 2 subplafonds behaald of overschreden worden.

De waarde van de ruilovereenkomsten die betrekking hebben op commerciële communicatie en BAN wordt niet mee gerekend bij de inkomsten uit commerciële communicatie en BAN die verrekend worden binnen het brutoplafond en de subplafonds.

Enkel de geplafonneerde bedragen van de subplafonds kunnen in rekening worden gebracht bij de berekening van het brutoplafond.

Indexatie

Vanaf 1 januari 2026 worden het brutoplafond en de subplafonds op commerciële communicatie en BAN geïndexeerd op basis van de marktindex (zie bijlage 4.4). De toepassing van de marktindex verzekert dat het relatieve aandeel van VRT in de Vlaamse advertentiemarkt stabiel blijft.

Excedenten

VRT engageert zich om excedenten te beperken.

- Ingeval de totale inkomsten uit commerciële communicatie groter zijn dan het geïndexeerd nettoplafond, maar de overschrijding kleiner of gelijk is aan 1 miljoen, wordt het verschil van deze overschrijding het jaar daarop doorgestort m.o.o. aanwending ervan ten behoeve van het Mediafonds.
- Ingeval voormelde overschrijding meer dan 1 miljoen bedraagt, dan wordt het saldo dat niet wordt doorgestort m.o.o. aanwending ervan door het Mediafonds, op een wachtrekening geplaatst. De Vlaamse Regering beslist over de toewijzing van de middelen op deze wachtrekening.
- Ingeval het subplafond wordt overschreden zonder dat het geïndexeerd nettoplafond wordt overschreden, dan wordt het bedrag van de overschrijding van het subplafond doorgestort aan

respectievelijk het Mediafonds of de wachtrekening conform de principes vermeld in de eerste twee paragrafen

- Ingeval zowel het subplafond als het geïndexeerd nettoplafond wordt overschreden en er sprake is van een overschrijding van het geïndexeerd nettoplafond met eenzelfde of lager bedrag dan de overschrijding van het subplafond, dan wordt het bedrag van de overschrijding van het subplafond doorgestort aan respectievelijk het Mediafonds of de wachtrekening conform de principes vermeld in eerste twee paragrafen.
- Ingeval zowel het subplafond als het geïndexeerd nettoplafond wordt overschreden en er sprake is van een overschrijding van het geïndexeerd nettoplafond met een bedrag dat hoger is dan de overschrijding van het subplafond, dan wordt het bedrag van de overschrijding van het geïndexeerd nettoplafond doorgestort aan respectievelijk het Mediafonds of de wachtrekening en dit conform de principes vermeld in de eerste twee paragrafen.

Compensatieprocedure

Ter uitvoering van haar publieke opdracht, houdt VRT op jaarbasis rekening met een financiering via eigen middelen uit commerciële communicatie en BAN van minimaal 90% van het nettoplafond. Wanneer VRT aangeeft aan de Vlaamse Gemeenschap dat de zelf verworven middelen uit commerciële communicatie en BAN (exclusief ruil) onder dit niveau zijn gedaald, wordt een compensatieprocedure in werking gesteld. De VRT levert hiertoe een afrekening na deze periode van 12 maanden, waarna het verschil tussen de minimumgrens en het netto gegenereerde bedrag wordt bijbetaald aan VRT via de toelage.

Rapportering

VRT zal jaarlijks transparant en eenduidig rapporteren over de naleving van dit onderdeel van de beheersovereenkomst. Ze doet dat in haar jaarverslag.

3.8

Uitvoering en sancties bij niet-naleving

Deze beheersovereenkomst is opgesteld voor een periode van 5 jaar. Bij de opmaak werd vertrokken van de publieke omroepopdracht zoals vastgelegd in het Mediadecreet, van het medialandschap en de decreet- en wetgeving zoals die er hic et nunc uitzien, en van de parameters die vandaag gekend zijn. In het geval dat één van de partijen manifest zijn engagement niet zou nakomen, bijvoorbeeld indien de publieke omroep het merendeel van de performantiemaatstaven niet behaalt of indien de Vlaamse Regering terugkomt op de gemaakte financiële afspraken, en beide partijen niet tot een vergelijk komen, wordt een arbitragecommissie opgericht bestaande uit een voorzitter aangeduid door het Vlaams Parlement, 2 leden van de Vlaamse Regering, waaronder de minister bevoegd voor Media, de voorzitter en de gedelegeerd bestuurder van VRT om in functie van de specifieke omstandigheden de gepaste maatregelen te bepalen.

Bijlagen

4.1

Aanbodsmerken

Ketnet is er voor alle kinderen tot twaalf jaar in Vlaanderen en verbindt hen met elkaar, hun ouders, grootouders, school, jeugdwerking en de wereld. Ketnet biedt kinderen een venster op de wereld, stimuleert positieve groei en engagement, en moedigt kinderen aan om hun plek te vinden in een veranderende samenleving. Ketnet brengt lokale content met een meerwaarde via video, audio, evenementen en acties. Ketnet staat dicht bij de leefwereld van kinderen en bevordert verbeelding, taalontwikkeling en betrokkenheid. Zo helpt Ketnet kinderen opgroeien tot zelfbewuste, gelukkige en autonome jongeren in een steeds complexere maatschappij.

Klara biedt mediagebruikers een vluchtheuvel van schoonheid en genot. Klara wil, ook als actieve partner, de beleving van cultuur, klassieke muziek en jazz stimuleren en biedt ruimte voor verdieping op het gebied van geschiedenis, kunst, muziek en maatschappelijke thema's.

MNM helpt jonge mensen om elkaar te ondersteunen in deze complexe maatschappij. MNM is een interactieve, ontspannende hitpartner die de jonge mediagebruiker en zijn leefwereld centraal stelt en van daaruit een relevant informatief aanbod brengt. MNM betreft jongeren en moeilijker te bereiken doelgroepen actief bij de Vlaamse samenleving.

Radio 1 is dé actuezender in Vlaanderen die zijn publiek prikkelt en inspireert met nieuwe inzichten. Samen met luisteraars volgt Radio 1 interessante ontwikkelingen in de samenleving, politiek, cultuur, wetenschap, en sport op, en initieert het maatschappelijk debat. Radio 1 combineert een sterk informatief live aanbod met een steeds uitgebreider audio on-demand aanbod van programma's, fragmenten en podcasts. Daarnaast is Radio 1 een belangrijke bestemming voor brede cultuur en live sportverslaggeving, en de rijkste woordzender in het Vlaamse radio-en audiolandschap

Radio 2 is een baken in het dagelijkse leven van vele Vlamingen, een compagnon die je door de dag helpt en de wereld veraf en dichtbij helpt begrijpen. Radio 2 biedt een hoge gebruikswaarde in het dagelijkse leven, met sterke, menselijke verhalen uit heel Vlaanderen. Radio 2 voelt en voedt de Vlaamse samenleving met een uitgesproken focus op een Nederlandstalig muzikaanbod.

Studio Brussel is hét betrouwbare, avontuurlijke en trendsettende muzikale aanbodsmerk van VRT in Vlaanderen, voor een brede en jonge actieve groep digital first'-mediagebruikers. De zender stimuleert creatief en eigenzinnig denken en fungeert als een katalysator binnen de Vlaamse muzieksector. Studio Brussel vervult zijn muzikale gidsfunctie aangepast aan de digitale noden van zijn publiek.

Sporza biedt een breed en multimediaal sportaanbod voor zowel fervente sportliefhebbers als occasionele volgers. Als deel van de publieke omroep staat Sporza garant voor onpartijdige, onafhankelijke en betrouwbare informatie en duiding over sport. Sporza laat Vlaanderen sport mee beleven en maakt van populaire sporten gedeelde momenten. Sporza doet minder populaire sporten begrijpen en bewonderen. Met bijzondere aandacht voor Belgische sportprestaties, vrouwensport en sportdiversiteit, stimuleert Sporza sportbeleving, verbondenheid en een actieve levensstijl in Vlaanderen.

VRT 1 richt zich op een breed en divers publiek in Vlaanderen. VRT 1 voelt de hartslag van Vlaanderen, voedt het publieke debat en maakt maatschappelijke thema's bespreekbaar. Met verhalen die aansluiten bij het dagelijks leven versterkt VRT 1 ons gedeelde referentiekader. Door actualiteit, menselijke verhalen, ontspanning en Vlaamse fictie te combineren, zorgt VRT 1 ervoor dat we elkaar blijven begrijpen in een versnipperde wereld. VRT 1 er voor álle Vlamingen, jong en oud.

VRT Canvas is een betrouwbaar kwaliteitsmerk voor alle Vlamingen die op zoek zijn, naar verdieping, context en nieuwe inzichten. Het aanbod biedt verrassende perspectieven, impactvolle verhalen en toegankelijke informatie en duiding die helpen onze maatschappij, de geschiedenis en onze cultuur beter te begrijpen. VRT Canvas brengt compromisloze topcontent die je kostbare tijd waard is.

VRT NWS staat in voor de essentiële opdracht om de Vlamingen te informeren. Als publieke omroep draagt VRT de bijzondere verantwoordelijkheid om correcte, feitelijke en betrouwbare informatie te brengen. Zeker in tijden van toenemende desinformatie en maatschappelijke polarisatie, waarin de lijn tussen wat echt en niet echt is voor het publiek vervaagt, moet VRT aan die verwachtingen voldoen. Vanuit haar onafhankelijke positie brengt VRT NWS niet enkel informatie. VRT NWS biedt ook duiding, kader en context, op alle platformen.

VRT MAX is de digitale bestemming van VRT waar mediagebruikers video- en audio-inhoud kunnen streamen wanneer en hoe ze willen. Het platform bundelt cureert het beste van alle VRT-merken, met een breed aanbod van actuele programma's, fictie, documentaires, en podcasts, live en on-demand. VRT MAX speelt een centrale rol in de live en on-demand-strategie van VRT en bevat, naast breed toegankelijke content voor alle Vlamingen, ook exclusieve content voor jongere doelgroepen. Via een combinatie van algoritmes en redactionele curatie (algotorial) wordt het aanbod gepersonaliseerd en vindbaar gemaakt. Het platform is toegankelijk ontworpen, biedt een veilige omgeving voor kinderen en laat personalisatie toe via gebruikersprofielen.

4.2

Begrippenkader

In alfabetische volgorde verduidelijken we een aantal concepten. Definities van begrippen uit het Mediadecreet worden in deze beheersovereenkomst aangehouden.

Aanbodsmerken zijn de hoofdmerken van VRT: VRT 1, VRT Canvas, Ketnet, VRT MAX, Radio 1, Radio 2, Klara, MNM, Studio Brussel, VRT NWS, Sporza.

AI-gestuurde interfaces zijn interfaces die gebruikmaken van artificiële intelligentie om mediagebruikers content aan te bieden, te begeleiden of hun gebruikservaring te optimaliseren, zoals gepersonaliseerde aanbevelingen, automatische ondertiteling, of spraakgestuurde navigatie.

Algoritmische curatie (algotutorials) is de combinatie van algoritmes en redactionele controle om het media-aanbod relevant en divers te houden.

Audio verwijst naar een reeks klanken of geluiden als zelfstandig aanbod of als onderdeel van lineair of niet-lineair auditief aanbod (bvb. audiostreams, podcasts).

Nieuwe contentformaten zijn innovatieve vormen van contentcreatie of storytelling die afwijken van klassieke genres. Voorbeelden zijn interactieve verhalen, immersieve formaten, digitale fictie, podcasts met visuele componenten of live formaten op sociale media.

Datagedreven verwijst naar een werkwijze waarbij beslissingen en processen gebaseerd worden op data-analyse en -interpretatie, bijvoorbeeld contentcuratie, publieksinzichten, innovatie of optimalisatie van platformen.

Desinformatie verwijst naar valse of misleidende informatie die bewust verspreid wordt met de intentie te misleiden of schade toe te brengen.

Dienstverlenend merk slaat op de wijze van aggregatie en curatie, verpakking of technische transmissie van aanbod van VRT. Het kan dan bvb. gaan over o.m. een app, een audiostream of een dienst om aanbod te ontsluiten richting het onderwijs. Denk bvb. de app van VRT NWS, de app van VRT MAX, of VRT EduBox.

Digitale formaten zijn andere soorten content-, aggregatie- en/of distributief formaten zoals memes, games, visualisaties van datajournalistiek, websites, apps, innovatieve curatie van nieuws (bvb. nws.nws.nws), enz. die onder de merken van VRT worden aangeboden.

Digitale toegankelijkheid is mate waarin het digitale aanbod en de platformen van VRT bruikbaar en begrijpelijk zijn voor alle gebruikers, inclusief personen met een handicap of beperkte digitale vaardigheden.

Interactieve functies verwijst naar mogelijkheden binnen een aanbodsmerk, submerk, dienstverlenend merk, of het merk VRT, om de mediagebruiker te laten participeren aan en interageren met het aanbod of de dienstverlening van de desbetreffende merken.

Merken verwijst naar aanbodsmerken, submerken, dienstverlenende merken en het merk VRT.

Multimediaal verwijst naar het merken die bestaan uit een combinatie van audio, video en digitale formaten, zowel lineair als niet-lineair.

On-demand: een manier van mediaconsumptie waarbij de gebruiker zelf kiest wat, wanneer en waar hij/zij content bekijkt of beluistert.

Personalisering: de afstemming van het aanbod op maat van iedere mediagebruiker op basis van diens behoeften, gedragingen, voorkeuren, en context.

Submerken zijn gerelateerd aan een aanbodsmerk of aan VRT en connecteren rond programma's, schermgezichten, thema's, publieken, enz. zoals bijvoorbeeld nws.nws.nws, Ketnet Junior, De Tijdloze, enz.

Een Vlaamse productie (met inbegrip van fictie, documentaire, muziek...) is een productie waarvan de identiteit van de artistieke ploeg en/of de productionele beslissingsbevoegdheid een overwegend Vlaamse component bevat. Dit Vlaams karakter wordt erkend op basis van volgende criteria: de Nederlandstalige originele versie, de Nederlandstalige tekst, het Nederlandstalige onderliggende werk, de culturele verbondenheid met Vlaanderen, de Vlaamse cultuurgemeenschap en/of onderwerp met uitdrukking van Vlaamse cultuur.

Vlaanderen verwijst naar het Nederlandse taalgebied en (het tweetalig gebied) Brussel(-Hoofdstad).

Video verwijst naar een reeks bewegende beelden, al dan niet met geluid, die hetzij een zelfstandig element vormen in het aanbod van VRT hetzij een onderdeel vormen van het audiovisuele lineaire of niet-lineaire aanbod.

'VRT' fungeert als het merk voor het hele aanbod en kan gebruikt worden om aanbod onder te aggregeren en cureren.

4.3

Financieel plan

<i>(in duizend euro)</i>	2026	2027	2028	2029	2030
OPBRENGSTEN	513.019	503.553	517.522	513.045	532.301
Toelage inhoudelijke publieke opdracht	305.137	299.825	310.502	308.583	325.413
Basistoelage	296.400	296.400	296.400	296.400	296.400
Indexatie personeelsaandeel	2.628	6.408	10.262	13.903	17.908
Indexatie werkingsaandeel	0	0	991	1.935	3.839
Diverse compensaties	15.000	9.500	9.900	10.500	10.500
Overdracht toelage voor evenementen/nieuwbouw	-8.891	-12.483	-7.051	-14.155	-3.234
Eigen Inkomsten	177.882	173.728	177.020	174.462	176.888
Ruil	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000

KOSTEN	517.886	514.708	546.680	539.251	558.507
Inhoudelijke publieke opdracht	483.020	473.553	487.521	483.044	502.301
Ruil	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
Nieuwbouw	4.865	11.155	29.159	26.206	26.206

Bedrijfseconomisch resultaat	-4.866	-11.155	-29.158	-26.206	-26.206
Aanwenden / toevoegen aan reserve nieuwbouw	4.866	11.155	29.158	26.206	26.206
Resultaat na verwerking reserves	0	0	0	0	0

4.4.

Projectie ESR-resultaat

<i>(in duizend euro)</i>	ESR	2026	2027	2028	2029	2030
OPBRENGSTEN		526.057	519.810	524.573	527.200	535.535
Toelage		318.175	316.082	317.553	322.738	328.647
Basistoelage	46.10	296.400	296.400	296.400	296.400	296.400
Indexatie personeelsaandeel	46.10	2.628	6.408	10.262	13.903	17.908
Indexatie werkingsaandeel	46.10	0	0	991	1.935	3.839
Diverse compensaties	46.10	15.000	9.500	9.900	10.500	10.500
Aanvullende subsidie nieuwbouw (REPowerEU)	66.11	4.147	3.774	0	0	0
Eigen inkomsten		207.882	203.728	207.020	204.462	206.888
Eigen inkomsten	16.XX	205.282	201.128	204.420	201.862	204.288
Dividenden	28.20	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600

KOSTEN		637.119	568.247	537.487	520.560	538.899
---------------	--	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

Personeel en werking	11.XX, 12.XX, 33.00	492.970	482.929	496.874	490.153	508.987
Patronale bijdrage	41.10	11.100	11.266	11.536	11.744	11.943
Investerings BaU	74.22	10.500	10.500	14.500	17.500	17.500
Investerings Nieuwbouw	72.00, 74.22	122.549	63.552	14.577	1.163	468

ESR-resultaat		-111.062	-48.437	-12.914	6.640	-3.364
ESR-resultaat excl. Nieuwbouw		7.340	11.341	1.663	7.803	-2.896

4.4.

Marktindex

Componenten van de marktindex

De marktindex heeft betrekking op de volgende inkomsten van DPG Media, Roularta en Ads&Data:

- radioreclame
- radiosponsoring
- prerolls en postrolls rond niet-lineaire audiocontent
- midrolls in niet-lineaire audiocontent
- pancarte (met stilstaand beeld) bij niet-lineaire en lineaire audiocontent wanneer mediagebruiker een programma onderbreekt
- prerolls bij start lineaire online audiostream
- televisiesponsoring
- televisiereclame
- prerolls en postrolls rond niet-lineaire videocontent
- midrolls in niet-lineaire videocontent
- pancarte (met stilstaand beeld bij niet-lineaire en lineaire videocontent wanneer mediagebruiker een programma onderbreekt
- prerolls bij start lineaire online videostream
- display (zoals bannerings online)
- financiële productplaatsing
- content marketing, branded content en lead generation.

Inkomsten die niet gevat zijn:

- ruildeals;
- commerciële communicatie-inkomsten van internationale platformspelers²⁸;
- inkomsten verworven uit out-of-home reclame en printadvertenties.

De lijst van spelers die worden meegenomen in de berekening van de marktindex en de componenten van de marktindex kunnen herbekeken worden in geval van internationale consolidaties of wijziging van activiteiten.

²⁸ De reden dat inkomsten die internationale platformspelers uit de Vlaamse advertentiemarkt halen buiten beschouwing worden gelaten, is dat de focus ligt op het Vlaamse media-ecosysteem en de spelers die hier zowel vanuit economisch als cultureel oogpunt een belangrijke rol spelen.

Berekening van de marktindex

Een onafhankelijke partij wordt aangesteld door de Vlaamse overheid die de marktindex zal berekenen en toepassen.

De marktindex wordt berekend op basis van declaratieve netto marktcijfers, die jaarlijks worden overgemaakt door DPG Media, Roularta en Ads&Data (deze laatste namens Mediahuis en Play Media). Deze spelers zullen hun netto-cijfers delen, voor de Vlaamse en Brusselse markt en ontdaan van mogelijke kortingen, incentives en dergelijke meer. Zo kunnen de cijfers 1-op-1 met elkaar vergeleken worden.

In geval van cross-mediale pakketten zal er een duidelijke opsplitsing gemaakt worden tussen de diverse media. Deze toekenning moet voor de beoordelaar transparant, helder en verdedigbaar gebeuren.

Indien de cijfers niet tijdig worden ingediend, onvolledig of incorrect blijken te zijn, zal de onafhankelijke partij de marktindexen bepalen op basis van de gecombineerde MDB- en UMA-cijfers²⁹.

De netto-marktcijfers worden gecontroleerd door de auditoren³⁰ van de respectievelijke bedrijven, die door hun kennis van de organisaties de cijfers kunnen valideren. De auditoren zijn daarbij contractueel verplicht tot absolute geheimhouding en dienen een gecertificeerde verklaring af te leveren van de correctheid van de opgegeven cijfers.

Eenmaal de marktgegevens gevalideerd zijn door de auditoren, worden ze overgemaakt aan de onafhankelijke partij die de Vlaamse overheid aanstelt voor het overzien en uitvoeren van de procedure, die er daarna de nodige berekeningen toepast om tot een eerste algemene marktindex te komen.

Correctiemechanisme

Eenmaal de eerste globale index bepaald is, zal deze getoetst worden aan een alternatieve marktindex, die eveneens door deze onafhankelijke partij opgesteld zal worden, die gebaseerd is op cijfers afkomstig van BPX en VIA. BPX (Belgian Publishing Experience) is gespecialiseerd in gegevens over print- en digitale publicaties, terwijl VIA (Belgische Vereniging voor Audiovisuele Media) marktgegevens verstrekt omtrent de audiovisuele sector in België.

Indien de alternatieve marktindex op basis van de BPX- en VIA-cijfers meer dan 2%-punt afwijkt van de marktindex berekend op basis van de declaratieve cijfers van de lokale spelers, wordt er een gemiddelde gemaakt van beide indexen. Dit gemiddelde zal dan gelden als de definitieve marktindex.

Vertrouwelijkheid

Enkel de definitieve marktindex zal openbaar worden gemaakt. Alle andere berekeningen en cijfermateriaal blijven geheim en worden onder geen enkel beding gedeeld met derden. Dit zal contractueel worden vastgelegd met de onafhankelijke partij.

²⁹ MDB (Media Database) van Nielsen voor Radio en TV. UMA cijfers voor de digitale cijfers.

³⁰ Zij behoren tot een wettelijk gereguleerd beroep en onderworpen zijn aan strikte onafhankelijkheidsvereisten (cfr. artikel 3:62 Wetboek van Vennootschappen en Verenigingen). Deze auditoren hebben de wettelijke verplichting om hun werkzaamheden objectief, neutraal en vrij van enige beïnvloeding uit te voeren.

Overlegmoment

In het geval dat dit correctiemechanisme in werking is getreden, zal een overlegmoment worden ingepland om inzicht te verwerven over de afwijking die groter is dan 2%.

Benchmark jaar

Voor het berekenen van de marktindex wordt 2025 als startjaar gebruikt.

Indien de marktindex stabiel blijft, wordt het geïndexeerd brutoplafond (voor 2026: het brutoplafond) op hetzelfde niveau gehouden.

Indien de marktindex stijgt, wordt het geïndexeerd brutoplafond (voor 2026: het brutoplafond) verhoogd met deze marktindex.

Indien de marktindex daalt, zal het geïndexeerde brutoplafond van VRT niet kunnen zakken onder het brutoplafond.

Tijdslijn

Onderstaande tijdslijn wordt voorgesteld om tot de marktindex te komen. Samen met de onafhankelijke partij kan bekeken worden om deze tijdslijn en aanpak aan te passen. Het resultaat van dat voorstel wordt overlegd en gedeeld met de deelnemers.

- Jaar N-1: het jaar waarin de marktindex wordt vastgesteld op basis van de gegevens uit jaar N-1.
- Jaar N: het jaar waarin de marktindex wordt toegepast op het brutoplafond van VRT.

Jan jaar N	• Verzamelen van data van jaar N-1 • Data januari-December jaar N-1: netto effectieve cijfers (gevalideerd door auditor) • 1e berekening: op basis van aangeleverde data • Data van BPX en VIA • Berekening marktindexen Jaar N-1 voor brutoplafond commerciële communicatie en BAN van jaar N+1
Feb - Maart Jaar N	• Toelichting en overleg tussen minister van Media en de media-organisaties die hun cijfers hebben overgemaakt en dit enkele indien het correctiemechanisme werd toegepast.
31 Maart jaar N	• Overmaken van de finale marktindex aan de minister van Media.
1 Januari Jaar N	• In werking treden van het geïndexeerd brutoplafond commerciële communicatie en BAN op basis van de berekende marktindex