



Vlaanderen
is media

Bijlage 2 bij het ministerieel besluit van 15 september 2017 houdende de erkenning als netwerkradio-omroeporganisatie van VBRO (VRIJE BRUGSE RADIO OMROEP), Besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid voor frequentiepakket netwerkradio-omroeporganisatie 2 - Nederlandstalig en Vlaams profiel.

INHOUD

1	Overzicht kandidaten.....	4
1.1	Aantal kandidaten en voorkeuren	4
1.2	Overzicht scoring	5
1.3	Conclusie	6
2	VBRO: motivering score per onderdeel.....	7
2.1	Concrete invulling programma-aanbod en zendschema 43/45	7
A.	Format 19/20	7
B.	Inhoud, mix en diversiteit van de programma's 24/25	7
2.2	Media ervaring 9,5/10	8
A.	Ervaring hoofd netwerkradio-omroeporganisatie 6,5/7	8
B.	Ervaring en mix van team van medewerkers 3/3	8
2.3	Financieel plan 7/10	8
A.	Geprojecteerde balans van de twee eerstvolgende exploitatiejaren 0/3	8
B.	Specificatie van de herkomst van de financiële middelen in eigen en vreemd vermogen 7/7	8
2.4	Businessplan 9/10	8
A.	Strategische visie en doelstellingen op langere termijn 3/3	8
B.	Samenhang tussen visie en activiteiten 6/7	9
2.5	Technische (zend) infrastructuur 14,72/15	9
A.	Technische uitrusting 4,72/5	9
B.	Uitrol van de technische investeringen 10/10	9
2.6	Het deel van het aanbod via de invulling van het Nederlandstalige en Vlaamse profiel of muziekaanbod boven het verplichte deel 9/10	9
3	MENT RADIO: motivering score per onderdeel.....	10
3.1	Concrete invulling programma-aanbod en zendschema 41/45	10
A.	Format 19/20	10
B.	Inhoud, mix en diversiteit van de programma's 22/25	10
3.2	Media ervaring 10/10	11
A.	Ervaring hoofd netwerkradio-omroeporganisatie 7/7	11
B.	Ervaring en mix van team van medewerkers 3/3	11
3.3	Financieel plan 7/10	11
A.	Geprojecteerde balans van de twee eerstvolgende exploitatiejaren 0/3	11
B.	Specificatie van de herkomst van de financiële middelen in eigen en vreemd vermogen 7/7	11
3.4	Businessplan 9,13/10	11
A.	Strategische visie en doelstellingen op langere termijn 2,88/3	11
B.	Samenhang tussen visie en activiteiten 6,25/7	11
3.5	Technische (zend) infrastructuur 14,21/15	12
A.	Technische uitrusting 4,21/5	12
B.	Uitrol van de technische investeringen 10/10	12
3.6	Het deel van het aanbod via de invulling van het Nederlandstalige en Vlaamse profiel of muziekaanbod boven het verplichte deel 7,5/10	12

4	FamilyRadio: motivering score per onderdeel.....	13
4.1	Concrete invulling programma-aanbod en zendschema 36/45	13
A.	Format 15,5/20	13
B.	Inhoud, mix en diversiteit van de programma's 20,5/25	13
4.2	Media ervaring 9/10	14
A.	Ervaring hoofd netwerkradio-omroeporganisatie 6,5/7	14
B.	Ervaring en mix van team van medewerkers 2,5/3	14
4.3	Financieel plan 9,5/10	14
A.	Geprojecteerde balans van de twee eerstvolgende exploitatiejaren 3/3	14
B.	Specificatie van de herkomst van de financiële middelen in eigen en vreemd vermogen 6,5/7	14
4.4	Businessplan 6,5/10	14
A.	Strategische visie en doelstellingen op langere termijn 2/3	14
B.	Samenhang tussen visie en activiteiten 4,5/7	14
4.5	Technische (zend) infrastructuur 13,17/15	15
A.	Technische uitrusting 4,5/5	15
B.	Uitrol van de technische investeringen 8,67/10	15
4.6	Het deel van het aanbod via de invulling van het Nederlandstalige en Vlaamse profiel of muziekaanbod boven het verplichte deel 7/10	15

1 OVERZICHT KANDIDATEN

1.1 AANTAL KANDIDATEN EN VOORKEUREN

Aantal kandidaten voor dit pakket: 3

Voorkeur zoals aangegeven door de aanvrager

- **Vrije Brugse Radio Omroep bvba** (VBRO) met dossiernummer 13589: voorkeur 1
- **Ment Media bvba** (Ment Radio) met dossiernummer 14073: voorkeur 1
- **FamilyRadio Vlaanderen vzw** (FamilyRadio) met dossiernummer 13597: voorkeur 1

De kandidaat aanvragers hebben in de hoedanigheid van hun rechtspersoon geen andere aanvragen ingediend.

1.2 OVERZICHT SCORING

Na objectieve beoordeling van de drie dossiers, zijn de volgende scores toegekend, conform de bepalingen van het besluit van de Vlaamse Regering van 21 april 2017 houdende diverse uitvoeringsbepalingen over de netwerk- en lokale radio-omroeporganisaties en houdende wijziging van diverse besluiten over radio-omroep:

Aanvullende kwalificatiecriteria	Onderverdeling	VBRO	Ment Radio	Familyradio
1° Concrete invulling programma-aanbod en zendschema	45%	43,00	41,00	36,00
a) Format	20%	19,00	19,00	15,50
b) Inhoud, mix en diversiteit van de programma's	25%	24,00	22,00	20,50
2° Media-ervaring	10%	9,50	10,00	9,00
a) Ervaring hoofd netwerkradio	7%	6,50	7,00	6,50
b) Ervaring en mix van team van medewerkers	3%	3,00	3,00	2,50
3° Financieel plan	10%	7,00	7,00	9,50
a) Geprojecteerde balans van de twee eerstvolgende exploitatiejaren	3%	0	0	3,00
b) Specificatie van de herkomst van de financiële middelen in eigen en vreemd vermogen	7%	7,00	7,00	6,50
4° Businessplan	10%	9,00	9,13	6,50
a) Strategische visie en doelstellingen op langere termijn	3%	3,00	2,88	2,00
b) Samenhang tussen visie en activiteiten	7%	6,00	6,25	4,50
5° Technische (zend) infrastructuur	15%	14,72	14,21	13,17
a) Technische uitrusting	5%	4,72	4,21	4,50
b) Uitrol van de technische investeringen	10%	10,00	10,00	8,67
6° Het deel van het aanbod via de invulling van het Nederlandstalige en Vlaamse profiel of muziekaanbod boven het verplichte deel	10%	9,00	7,50	7,00
Totaal	100%	92,22	88,84	81,17

Overzicht volgens grootorde totaalscore

1.3 CONCLUSIE

Na beoordeling behaalt VBRO (VRIJE BRUGSE RADIO OMROEP), Besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid (VBRO) de hoogste score.

2 VBRO: MOTIVERING SCORE PER ONDERDEEL

2.1 CONCRETE INVULLING PROGRAMMA-AANBOD EN ZENDSCHEMA 43/45

A. **Format 19/20**

VBRO kiest bewust voor een 100% Vlaams/Nederlandstalig profiel, schenkt aandacht aan het volledige pallet aan Vlaamse artiesten met een inclusieve aanpak voor liefhebbers (waarvan het grootste deel binnen de leeftijdscategorie 18-88) in alle lagen van de bevolking en geeft een duidelijke omschrijving van het specifieke programma-aanbod, het muzikale profiel en de doelgroep tot wie de netwerkradio-omroeporganisatie zich richt. VBRO wil een bovenlokale radio zijn met een duurzaam bestaan, legt de focus op datgene wat op nationale radio nauwelijks tot niet aan bod komt. Hiervoor gebruikt men een onderzoek van de Universiteit Gent in eigen opdracht. Een eigen marktonderzoek is uitgevoerd, maar wordt niet specifiek bekrachtigd door onderzoek van een extern agentschap.

VBRO wil dicht bij de luisteraar staan, Vlaamse artiesten en in het bijzonder Vlaams populaire muziek een volwaardige plaats bezorgen in het muzikale cultuurlandschap vanuit de rol als ambassadeur voor de sector. Hier zijn verscheidene acties en doelstellingen aan gekoppeld. De netwerkradio-omroeporganisatie geeft duidelijk weer wat hij kan betekenen als meerwaarde voor de samenleving. Het programma-aanbod sluit aan bij deze vooropgestelde publieke waarde. De programma-inhoud is afgestemd op de noden van de beoogde doelgroep. De credibiliteit van het algemene concept is gemotiveerd aan de hand van historiek (het concept bestaat reeds sinds 2008).

VBRO geeft een duidelijk gepresenteerd zendschema dat op weekbasis een overzicht van de programma's op dag en uur bevat. In het zendschema heeft elk omroepprogramma een presentator.

B. **Inhoud, mix en diversiteit van de programma's 24/25**

VBRO's programma-overzicht sluit aan bij het concept en beschrijft duidelijk de inhoud van de programma's. Deze hebben een uitgesproken identiteit ten opzichte van elkaar. Alle aspecten van het zenderprofiel vinden hun weerslag in het programma-aanbod van de radio-omroeporganisatie. Het gekozen muzikaal format past in het specifieke zenderprofiel. Een programma voor regionale artiesten, alsook de specifieke aandacht voor jongerencultuur door samenwerkingsverbanden worden positief gewaardeerd. Er is - naast muziek - ook aandacht voor andere Vlaamse en/of Nederlandstalige cultuuruitingen, in het bijzonder in aparte programma's zoals: poëzie en zinvolle teksten, kleinkunst, musical, comedy, film, literatuur, (straat)theater. Er worden Vlaamse of Nederlandstalige & regionale artiesten gepromoot door ze oa. uit te nodigen in de studio, te contracteren voor VBRO-shows doorheen Vlaanderen.

VBRO brengt op regelmatige tijdstippen andere omroepprogramma's met aanzienlijke variatie in het aanbod: er zijn interview-, muziek-, hitlijsten-, actualiteiten-, cultuur- en nicheprogramma's aanwezig in het programma-aanbod. Sportnieuws komt 2 maal aan bod in items van het ochtendprogramma 'Goeiemorgen, morgen', er is echter geen specifiek sportprogramma aanwezig.

De omroepprogramma's worden live gebracht. VBRO brengt een aanzienlijke variatie tussen informatie en entertainment en maakt gebruik van verschillende journalistieke vormen om diversiteit te creëren.

2.2 MEDIA ERVARING 9,5/10

A. Ervaring hoofd netwerkradio-omroeporganisatie 6,5/7

Het hoofd van de netwerkradio-omroeporganisatie heeft 25 jaar ervaring in de dagdagelijkse operationele leiding als directeur van de omroeporganisatie VBRO. Buiten de rol als manager is hij ook actief als presentator, producer, programmaleider, muziek-samensteller, eindredacteur, lesgever en leidinggevende van de technische afdeling.

De combinatie van deze verschillende operationele activiteiten kan de benodigde focus voor de rol als manager in het gedrang brengen.

B. Ervaring en mix van team van medewerkers 3/3

Het medewerkersteam van de netwerkradio-omroeporganisatie bevat een mix van technische, commerciële, administratieve en radio-eigen competenties. Deze mix aan professionele profielen wordt duidelijk verantwoord in het dossier. Er is specifiek aandacht voor opleiding en opvolging van het personeel.

2.3 FINANCIEEL PLAN 7/10

A. Geprojecteerde balans van de twee eerstvolgende exploitatiejaren 0/3

De geprojecteerde balansen hebben geen correcte invulling, wat het onmogelijk maakt om ze inhoudelijk en kwalitatief te toetsen aan de hand van het netto bedrijfskapitaal, de current ratio en de solvabiliteit. Deze ratio's en de evolutie ervan ten opzichte van een benchmark kunnen hierdoor niet berekend worden.

B. Specificatie van de herkomst van de financiële middelen in eigen en vreemd vermogen 7/7

De herkomst van de financiële middelen in eigen- en vreemd vermogen zijn gedetailleerd omschreven en geven aan hoe de geplande investeringen gefinancierd kunnen worden.

2.4 BUSINESSPLAN 9/10

A. Strategische visie en doelstellingen op langere termijn 3/3

De strategische visie is expliciet geformuleerd en bevat een duidelijk toekomstbeeld, duiding in het radiolandschap als meerwaarde voor de maatschappij en een omschrijving van de unieke waarden. VBRO wil een ambassadeur zijn voor Vlaamse artiesten. Het doel is de Vlaamse populaire muziek een volwaardige plaats te bezorgen in het muzikale cultuurlandschap van Vlaanderen, muziek gebruiken als katalysator tot community building en een duidelijk vooropgesteld marktaandeel verwerven in het radiolandschap. Men wil een maatschappelijke en humane meerwaarde realiseren en beschrijft concrete initiatieven om dit te realiseren. De doelstellingen op langere termijn zijn uitvoerig geformuleerd, in lijn met de visie en omvatten verschillende geledingen van de radio. De kernactiviteit van de netwerkradio-omroeporganisatie is duidelijk.

B. Samenhang tussen visie en activiteiten 6/7

De geplande acties en activiteiten voor de verdere ontwikkeling van de netwerkradio-omroeporganisatie zijn benoemd. VBRO werkt oa. samen met HOWEST en HET ENTREPOT aan de uitbouw van een medialab (voor startende en geïnteresseerde radiomakers), investeert met partners in een muziektempel (multifunctionele zaal) met als kerndoelstelling de ondersteuning en promotie van de Vlaams (populaire) cultuur en zet in op nieuwe media.

Er is een vermelding van mensen en middelen, gedane investeringen en voorgenomen investeringen, de beoogde doelgroep en het geraamde marktaandeel en de verhouding ervan met de adverteerders- en luistermarkt. De gedane en voorgenomen investeringen zijn benoemd, maar zonder duidelijk bijgevoegd detail van geïnvesteerde en te investeren bedragen.

2.5 TECHNISCHE (ZEND) INFRASTRUCTUUR 14,72/15

A. Technische uitrusting 4,72/5

De voorziene technische uitrusting, infrastructuur, transmissie, vestiging en uitbouw van het zenderpark zijn gedetailleerd omschreven. Deze motiveren de volledige werking van de radiozender. Een telefoonsysteem is echter niet opgenomen. Het gebruik van nieuwe media is beschreven buiten het technische luik. De garantie voor een performant netwerk wordt onderbouwd door de aanwezigheid van controle- en onderhoudsvoorzieningen. Er zijn back-up systemen voorzien, maar de reserve play-out is niet gedetailleerd omschreven.

B. Uitrol van de technische investeringen 10/10

De informatie omtrent de concrete timing voor de uitrol van de technische investeringen is uitvoerig omschreven. VBRO heeft vandaag al 6 operationele zendersites die meteen kunnen aangewend worden voor dit netwerkpakket. Broadcast Partners BV zorgt voor de uitrol van zenders die nog niet operationeel zijn en hiervoor is er reeds een leasingovereenkomst gesloten, dit wordt positief gewaardeerd. De zendinstallaties worden ook regelmatig gecontroleerd en verder geoptimaliseerd door de eigen technische dienst, alsook door de firma TVV sound. Dit waarborgt een snelle interventie en reparatie, hetgeen de stabiliteit van de zendinstallatie ten goede komt. Toekomstige investeringen om technisch up-to-date te blijven zijn ingepland en omschreven.

2.6 HET DEEL VAN HET AANBOD VIA DE INVULLING VAN HET NEDERLANDSTALIGE EN VLAAMSE PROFIEL OF MUZIEKAANBOD BOVEN HET VERPLICHTE DEEL 9/10

Het deel van het aanbod via de invulling van het Vlaamse en Nederlandstalige profiel of muziekaanbod bij VBRO is 100% Vlaams/Nederlandstalig. De verantwoording voor deze keuze is "Een bewuste en visionaire keuze om als (bovenlokale) radio-omroep verder te kunnen groeien". Met een aandeel van 80% Vlaamse artiesten en 20% Nederlandse artiesten. In het programma-aanbod is er ook aandacht voor andere Vlaamse en Nederlandstalige cultuuruitingen zoals: (straat)theater, musical, cabaret, stand-up comedy, film & literatuur. De omschrijving is duidelijk en consistent, maar het aandeel hiervan wordt niet gespecificeerd waardoor de maximum score niet wordt behaald.

3 MENT RADIO: MOTIVERING SCORE PER ONDERDEEL

3.1 CONCRETE INVULLING PROGRAMMA-AANBOD EN ZENDSCHEMA 41/45

A. Format 19/20

MENT RADIO geeft een duidelijke omschrijving van het specifieke programma-aanbod, het muzikale profiel en de doelgroep tot wie de netwerkradio-omroeporganisatie zich richt. MENT RADIO wil Vlaamse interactieve hitradio brengen die (visual) radio, televisie, internet, app en nieuwsdoorstroom direct uit de Vlaamse muziekwereld naadloos aan elkaar koppelt. MENT RADIO beschrijft zijn gewenste positie in het radiolandschap door middel van een interne marktstudie, maar wordt niet specifiek bekrachtigd door onderzoek van een extern agentschap.

MENT Radio ziet zijn meerwaarde voor de samenleving vooral in waardering en aandacht voor ons muzikaal erfgoed. Men wil een meerwaarde en publieksbehoefte creëren door mee aan het roer te staan van de VL/NL muzieksector. Het programma-aanbod sluit aan bij deze vooropgestelde publieke waarde en de inhoud is afgestemd op de noden van de beoogde doelgroep. De credibiliteit van het algemene concept is gemotiveerd aan de hand van verwijzingen naar marktstudies en de historiek van MENT TV als gevestigd televisieproduct.

De omroeporganisatie geeft een duidelijk gepresenteerd zendschema dat op weekbasis een overzicht van de programma's op dag en uur bevat. In het zendschema zijn geen presentatoren vermeld, maar deze namen zijn wel terug te vinden bij het programma-overzicht.

B. Inhoud, mix en diversiteit van de programma's 22/25

Het programma-overzicht van MENT RADIO sluit aan bij het concept en beschrijft duidelijk de inhoud van de programma's. De programma's hebben een uitgesproken identiteit ten opzichte van elkaar, gedurende 8u per dag zijn de radioprogramma's gekoppeld aan de tv-zender. Alle aspecten van het zenderprofiel vinden hun weerslag in het programma-aanbod van de radio-omroeporganisatie. Het gekozen muzikaal format past in het specifieke zenderprofiel. MENT RADIO wil een volledig geïntegreerd mediamodel opzetten. Er is naast muziek ook aandacht voor andere Vlaamse en/of Nederlandstalige cultuuruitingen in het programma-aanbod zoals podiumkunsten (theater, musical) en andere (evenementen, volkscultuur), maar er is echter geen aandacht voor literatuur of poëzie. Deze cultuuruitingen komen slechts aan bod in kleine rubrieken, maar er worden geen volwaardige programma's aan gewijd. Er worden Vlaamse of Nederlandstalige artiesten gepromoot.

Op regelmatige tijdstippen brengt men andere omroepprogramma's. De omroepprogramma's worden live gebracht. MENT RADIO brengt een aanzienlijke variatie tussen informatie en entertainment en maakt gebruik van verschillende journalistieke vormen.

MENT RADIO brengt diversiteit tussen de verschillende soorten omroepprogramma's. Er zijn interview-, muziek-, "top xxx"-, actualiteiten-, en nicheprogramma's aanwezig in het programma-aanbod. Hoewel 'bewegen en gezondheid' wel een onderdeel is van het lifestyle-programma, is er geen apart sportprogramma.

3.2 MEDIA ERVARING 10/10

A. Ervaring hoofd netwerkradio-omroeporganisatie 7/7

Het hoofd van de netwerkradio-omroeporganisatie heeft meer dan tien jaar ervaring in de auditieve mediasector en/of in een cross-mediale mediaonderneming. Sinds 2006 bekleedt het verschillende leidinggevende- en bestuurlijke functies in crossmediale ondernemingen. Hoewel MENT RADIO een onderdeel van een crossmediale organisatie zou worden, stellen zij er via een convergentiemodel voor te zorgen dat er ook 100% aandacht voor het medium radio blijft.

B. Ervaring en mix van team van medewerkers 3/3

Het medewerkersteam van de netwerkradio-omroeporganisatie bevat een mix van technische, commerciële, administratieve en radio-eigen competenties. Deze mix aan professionele profielen wordt duidelijk verantwoord in het dossier.

3.3 FINANCIËEL PLAN 7/10

A. Geprojecteerde balans van de twee eerstvolgende exploitatiejaren 0/3

De geprojecteerde balansen hebben geen correcte invulling, wat het onmogelijk maakt om ze inhoudelijk en kwalitatief te toetsen aan de hand van het netto bedrijfskapitaal, de current ratio en de solvabiliteit. Deze ratio's en de evolutie ervan ten opzichte van een benchmark kunnen hierdoor niet berekend worden.

B. Specificatie van de herkomst van de financiële middelen in eigen en vreemd vermogen 7/7

De herkomst van de financiële middelen in eigen- en vreemd vermogen zijn gedetailleerd omschreven en geven aan hoe de geplande investeringen gefinancierd kunnen worden.

3.4 BUSINESSPLAN 9,13/10

A. Strategische visie en doelstellingen op langere termijn 2,88/3

De strategische visie is geformuleerd, bevat een toekomstbeeld en omschrijft de unieke waarden van de zender; MENT RADIO wil het imago van de Vlaamse/Nederlandstalige muziek omhoog brengen en iedere drager binnen het model van mediaconvergentie haar eigenheid gunnen. Daarnaast duidt MENT RADIO haar meerwaarde voor de maatschappij als maatschappelijke betrokkenheid, de betrokkenheid met de Vlaamse muziek en mensen samenbrengen. Deze bijdrage voor de maatschappij is slechts zeer algemeen beschreven. De doelstellingen op langere termijn zijn geformuleerd, in lijn met de visie en omvatten verschillende geledingen van de radio. De kernactiviteit van de netwerkradio-omroeporganisatie is duidelijk.

B. Samenhang tussen visie en activiteiten 6,25/7

De geplande acties en activiteiten voor de verdere ontwikkeling van de netwerkradio-omroeporganisatie zijn benoemd. Er is een vermelding van mensen en middelen, gedane investeringen en voorgenomen investeringen, de beoogde doelgroep en het geraamde marktaandeel en de verhouding ervan met de

adverteerders- en luistermarkt. MENT RADIO wil 1% van de luistermarkt behalen. Het menselijk kapitaal en de onderlinge verhoudingen ervan worden echter maar gedeeltelijk gespecificeerd en de duiding bij de verhouding tot de adverteerdersmarkt mist cijfers.

3.5 TECHNISCHE (ZEND) INFRASTRUCTUUR 14,21/15

A. Technische uitrusting 4,21/5

De voorziene technische uitrusting, infrastructuur, transmissie, vestiging en uitbouw van het zenderpark zijn gedetailleerd omschreven. Deze motiveren de volledige werking van de radiozender. Soms mist er echter technische info doordat er bijvoorbeeld het type van een machine niet benoemd wordt. Mobiele studio's of live-verslaggeving, een telefoonsysteem en software met montage-mogelijkheid worden niet beschreven in het technisch luik. MENT RADIO bouwde de infrastructuur van de studio rond 'visual radio'. De garantie voor een performant netwerk wordt onderbouwd door de aanwezigheid van controle- en onderhoudsvoorzieningen, reserve stroom en een nooduitzending bij mogelijke defecten.

B. Uitrol van de technische investeringen 10/10

De informatie omtrent de concrete timing voor de uitrol van de technische investeringen is uitvoerig omschreven. Ment Radio streeft naar een opstart in het eerste kwartaal van 2018. De omschrijving van de planning voor uitrol is gespecificeerd en geconcretiseerd met behulp van offertes. De technische uitbouw van de zendinstallatie wordt verzorgd door TVV sound. Het inschakelen van een gespecialiseerd bedrijf om deze werken uit te voeren wordt positief gewaardeerd. Toekomstige technische investeringen – buiten de benodigde investeringen om de zendinstallatie operationeel te maken – zijn vermeld: installatie, configuratie en trainingen zijn voorzien.

3.6 HET DEEL VAN HET AANBOD VIA DE INVULLING VAN HET NEDERLANDSTALIGE EN VLAAMSE PROFIEL OF MUZIEKAANBOD BOVEN HET VERPLICHTE DEEL 7,5/10

Het deel van het aanbod via de invulling van het Vlaamse en Nederlandstalige profiel of muziekaanbod bij MENT RADIO ligt boven de verplichte 2/3. De netwerkradio-omroeporganisatie heeft een Vlaams/Nederlandstalige profielinhoud van meer dan 92%. MENT RADIO werkt met een 70/70/50-regel binnen de muzieksamenstelling: minimaal 70% is een Vlaamse productie, minimaal 70% is Nederlandstalig en minimaal 50% is 'recent' om zo nieuw werk en artiesten kansen te bieden. Hoewel de netwerkradio-omroeporganisatie geen aandeel Vlaamse en/of Nederlandstalige cultuuruitingen opgeeft, heeft hij wel duidelijk aandacht voor muzikaal erfgoed, theater, musical, kleinkunst en aanverwante cultuuruitingen. De netwerkradio-omroeporganisatie verantwoordt deze invulling ook, maar doordat er weinig diversiteit in het extra aanbod zit wordt dit minder gewaardeerd. Het gaat voornamelijk over muziek.

4 FAMILYRADIO: MOTIVERING SCORE PER ONDERDEEL

4.1 CONCRETE INVULLING PROGRAMMA-AANBOD EN ZENDSCHEMA 36/45

A. **Format 15,5/20**

FamilyRadio geeft - met zijn Vlaamse en Nederlandstalige hits voor een brede doelgroep binnen de Vlaamse gemeenschap die de Vlaamse muziekcultuur zeer genegen is - een duidelijke omschrijving van het specifieke programma-aanbod, het muzikale profiel en de doelgroep tot wie de netwerkradio-omroeporganisatie zich richt. FamilyRadio wil een sterk en economisch leefbaar radiostation verder in de markt zetten en beschrijft zo zijn gewenste positie in het radiolandschap. Er zijn geen marktstudies door een extern agentschap aanwezig.

FamilyRadio wil een familiegevoel bieden aan de luisteraar en dicht bij de luisteraar staan. De netwerkradio-omroeporganisatie geeft enkel een algemene omschrijving van zijn meerwaarde voor de samenleving zonder dit verder te motiveren. De programma-inhoud is afgestemd op de noden van de beoogde doelgroep. FamilyRadio is al 10 jaar actief onder de huidige vorm.

FamilyRadio geeft een duidelijk gepresenteerd zendschema dat op weekbasis een overzicht van de programma's op dag en uur bevat. Er zijn echter kleine inconsistenties bij enkele programmanamen tussen zendschema en programma-overzicht. In het zendschema zijn geen namen van de presentatoren vermeld; deze zijn wel terug te vinden in het programma-overzicht.

B. **Inhoud, mix en diversiteit van de programma's 20,5/25**

Het programma-overzicht beschrijft de inhoud van de programma's, maar niet alle programma's uit het zendschema zijn duidelijk omschreven. De programmatie sluit aan bij het concept. Alle aspecten van het zenderprofiel vinden hun weerslag in het programma-aanbod van de netwerkradio-omroeporganisatie en het gekozen muzikale format past in het specifieke zenderprofiel. De differentiatie ten opzichte van het radiolandschap is slechts impliciet beschreven. Er is – naast muziek – ook aandacht voor andere Vlaamse en/of Nederlandstalige cultuuruitingen zoals podiumkunsten en evenementen in het programma-aanbod. Er is een apart programma voor comedy opgenomen. Literatuur of poëzie komt echter niet aan bod. Bij de algemene beschrijvingen ontbreekt soms concrete uitwerking aan de hand van specifieke voorbeelden. Vlaamse en Nederlandstalige artiesten worden gepromoot.

FamilyRadio brengt op regelmatige tijdstippen andere omroepprogramma's en deze programma's worden live gebracht. Er is voldoende afwisseling tussen informatie en entertainment en men maakt gebruik van verschillende journalistieke vormen.

Men brengt voldoende variatie tussen de verschillende soorten omroepprogramma's. Er zijn interview-, muziek-, "top xxx"-, actualiteiten-, en nicheprogramma's aanwezig in het programma-aanbod, er is echter geen specifiek sportprogramma aanwezig.

4.2 MEDIA ERVARING 9/10

A. Ervaring hoofd netwerkradio-omroeporganisatie 6,5/7

Het hoofd van de netwerkradio-omroeporganisatie heeft meer dan tien jaar ervaring in de auditieve mediasector. Deze ervaring heeft veeleer een commercieel karakter.

B. Ervaring en mix van team van medewerkers 2,5/3

Het medewerkersteam van FamilyRadio bevat een mix van technische, commerciële, administratieve en radio-eigen competenties. De redactie-ervaring staat pas beschreven vanaf 2014.

4.3 FINANCIËEL PLAN 9,5/10

A. Geprojecteerde balans van de twee eerstvolgende exploitatiejaren 3/3

De geprojecteerde balansen hebben een correcte invulling, wat het mogelijk maakt om ze inhoudelijk en kwalitatief te toetsen aan de hand van het netto bedrijfskapitaal, de current ratio en de solvabiliteit. Bij de beoordeling wordt er ook rekening gehouden met de evolutie van deze ratio's ten opzichte van een benchmark.

B. Specificatie van de herkomst van de financiële middelen in eigen en vreemd vermogen 6,5/7

De herkomst van de financiële middelen in eigen en vreemd vermogen zijn omschreven, maar er zijn geen concrete investeringen gepland.

4.4 BUSINESSPLAN 6,5/10

A. Strategische visie en doelstellingen op langere termijn 2/3

De strategische visie is niet expliciet geformuleerd in het businessplan en geeft onvoldoende het toekomstbeeld, duiding in het radiolandschap en meerwaarde voor de maatschappij weer. De doelstellingen op langere termijn zijn geformuleerd en omvatten verschillende geledingen van de radio. Er is geen directe link gelegd met het uitbouwen van een pluriform landschap. De kernactiviteit van de netwerkradio-omroeporganisatie is duidelijk.

B. Samenhang tussen visie en activiteiten 4,5/7

FamilyRadio plant vooral een promotionele opbouw voor de verdere ontwikkeling van de netwerkradio-omroeporganisatie. Hiervoor zijn er kapitaalmiddelen voorzien uit reclame inkomsten en financiële inbreng zonder heldere duiding met cijfers. Het menselijk kapitaal om deze acties te ondersteunen is niet gespecificeerd. De gedane en voorziene investeringen zijn benoemd zonder detail van geïnvesteerde bedragen. Het aandeel van de adverteerdersmarkt is zelf ingeschat zonder een duidelijk totaalbeeld van de markt. Men verwacht een marktaandeel tussen 3 en 4 % tegen 2020. Dit is een eigen prognose zonder marktonderzoek door een externe partij.

4.5 TECHNISCHE (ZEND) INFRASTRUCTUUR 13,17/15

A. Technische uitrusting 4,5/5

De voorziene technische uitrusting, infrastructuur, transmissie, vestiging en uitbouw van het zenderpark zijn gedetailleerd omschreven. Mobiele studio's of mogelijkheid tot live captatie worden niet beschreven in het technisch luik. De garantie voor een performant netwerk wordt onderbouwd door de aanwezigheid van controle –en onderhoudsvoorzieningen en een nooduitzending bij storing ten gevolge van mogelijke defecten.

B. Uitrol van de technische investeringen 8,67/10

FamilyRadio zendt reeds uit op FM. Voor de 4 sites die nog niet operationeel zijn doet men beroep op de firma TVV sound. Het inschakelen van een gespecialiseerd bedrijf om deze werken uit te voeren wordt positief gewaardeerd. Deze samenwerking wordt niet geduid met een contract, maar de zaakvoerder van de firma TVV sound is ook technisch medewerker van de radio. Er is een duidelijke omschrijving van het onderhoud en monitoring van het zendnetwerk voorzien. De netwerkradio-omroeporganisatie plant – buiten de zendinstallatie - geen toekomstige technische investeringen waarvoor een concrete timing is opgenomen binnen het document.

4.6 HET DEEL VAN HET AANBOD VIA DE INVULLING VAN HET NEDERLANDSTALIGE EN VLAAMSE PROFIEL OF MUZIEKAANBOD BOVEN HET VERPLICHTE DEEL 7/10

FamilyRadio geeft een aandeel van de zendtijd voor de invulling van het Nederlandstalige en Vlaamse profiel op boven de verplichte 2/3: 90%. Er is een uitdrukkelijke keuze voor mainstream Vlaamse muziek en Vlaamse muziekproducties met variatie aan genre's, aangevuld met meezingbare muziek in een andere taal. De muziekkeuze tijdens de ochtend en spits, weergegeven in de playlist, weerspiegelt de aandacht voor een deel van de doelgroep (nml. Dertigers) niet. Het verschil in muziekaanbod ten opzichte van andere uren blijkt niet duidelijk uit het dossier. De netwerkradio-omroeporganisatie geeft geen specifiek aandeel voor andere Vlaamse en/of Nederlandstalige cultuuruitingen en dit is minder gunstig voor de waardering.

Gezien om gevoegd te worden bij het ministerieel besluit van 15 september 2017 houdende de erkenning als netwerkradio-omroeporganisatie van VBRO (VRIJE BRUGSE RADIO OMROEP), Besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid voor frequentiepakket netwerkradio-omroeporganisatie 2 – Nederlandstalig en Vlaams profiel.

Brussel,

De Vlaamse minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel,

Sven GATZ