**REDEVOERING door Johan VENCKEN, CEO ValuesTV**

Dames en heren,

Mijn vennoot Johan De Neef en ikzelf zijn al enkele jaren professioneel actief met onze onderneming Values Media als aanbieder van diensten in marketing en communicatie voor non-profit sector, velen onder U weten dat. Omdat we zelf meer dan 20 jaar in vrijwilligerswerk op te teller staan hebben, vertrekken wij spontaan vanuit de eigen waarden van de organisaties. Zo leerden we steeds beter om hun onontgonnen kracht te zien.

Die onontgonnen kracht, dat zijn hun verhalen en hun publiek. Of het nu gaat over een museum, een NGO, een culturele of een sportorganisatie, een artiest of een zorgwerker… allemaal moeten ze hun verhalen vertellen om te laten zien hoe ze het verschil maken, om mensen te raken en te overtuigen, om hen te steunen, om personen te doen participeren, of om ze te overtuigen waardevolle culturele, muzikale of erfgoedzaken te bezoeken ....
De missie van onze onderneming is die not-for-profit-initiatieven helpen op een professionele en betaalbare wijze, altijd vertrekken van hun eigenheid en authenticiteit.

De meer dan 300 gesprekken die we intussen met non-profitorganisaties hadden deden ons als snel inzien dat de brede non-profit sector, in al zijn diversiteit, dezelfde kracht vertegenwoordigt èn dezelfde kwetsbare plek heeft.

De kracht zit in de passie en het engagement van hun mensen. Groot of klein, alle organisaties bulken daardoor van de authentieke verhalen over hun passie en engagement. Ze doen wat ze doen omdat ze het waardevol en zinvol vinden. Die honderdduizenden mensen waarnaar onze voorzitter zonet refereerde zijn de échte storytellers van onze maatschappij. Ze hebben vandaag elk een eigen publiek maar om te overleven zijn ze allemaal continu op zoek naar nieuw publiek. En dat blijkt geen evidentie.

Daarmee kom ik bij hun gedeelde kwetsbare plek. De meeste initiatieven zijn te klein, hebben te weinig middelen, en daardoor een lage naambekendheid. Ze zijn heel wervend, doch in een te kleine kring. In het complexe medialandschap van vandaag worden ze weinig opgemerkt en schiet de aandacht voor hun inzet en passie vaak te kort.

Als je die kracht en kwetsbaarheid samenvoegt, ben je weldegelijk direct bij een breed *unserved audience* in onze samenleving, zoals dat in mediatermen heet. Velen zijn op zoek naar de diepgang, duiding en de authenticiteit van de non-profit verhalen. Maar dat publiek kent dikwijls de organisaties en hun verhalen niet. De behoefte aan de verhalen en authenticiteit bestaat, maar het publiek vindt de weg daarnaartoe niet, te weinig of niet consistent.

De magie van het scherm is de non-profit sector niet onbekend, en ze werkt nog steeds. We kregen vanuit verschillende hoeken de vraag om na te denken over een strategie en de haalbaarheid van eigen TV-kanalen. Al snel werd duidelijk dat afzonderlijke TV-zenders per organisatie geen oplossing zou bieden. Het zou elke organisatie een pak geld kosten aan productie en marketing om op een professionele manier naar buiten te kunnen komen. Geld dat niet voorhanden is. We bleven dus verder nadenken over een mogelijke oplossing.

Wat als we nu eens al die op zich staande intenties voor een TV-zender zouden combineren tot één zender waarin al die verhalen èn de verschillende publieksgroepen samen zouden kunnen komen. Het zou de kosten drastisch verlagen, het aanbod en de aantrekkingskracht en het bereik vergroten.

Wat als wij, vanuit Values Media, nu eens het initiatief zouden nemen om zo een TV-zender annex mediaplatform te ontwikkelen en ten dienste stellen van de non-profit met een duurzaam en een doordacht business-model dat de toekomst van het netwerk kan verzekeren.

De non-profit zorgt spontaan voor de stories. ValuesTV doet de rest. Dat is de kern van ons. We toetsten het intensief in uw kring, en het werd met zeer veel enthousiasme onthaald.

Values Media beslist daarop om te starten met de ontwikkeling van ValuesTV als onafhankelijk, pluralistisch mediaplatform dat verhalen brengt rond maatschappelijke pijlers zoals cultuur, erfgoed, geschiedenis, toerisme, zingeving, spiritualiteit, ecologie, welzijn, zorg, ontwikkelingssamenwerking, jeugdwerking … kortom verhalen over die zaken die de mensen bezighouden, waar ze van wakker liggen, die hen raken, die ze waardevol en zinvol vinden.

Als redactionele lijn kiezen we resoluut voor slow journalism. Het verhaal bepaalt het format en het krijgt de tijd en de ruimte die nodig is om verteld te worden. ValuesTV is op mensen gericht en vertrekt van mensen. De mens staat centraal met zijn of haar passies en engagement, emoties en dromen, kwetsbaarheid en weerbaarheid… en dat ongeacht het thema van het verhaal.

ValuesTV betekent ook een cross mediale, à la carte storytelling. Het ValuesTV-publiek zoekt en vindt binnenkort 24/7, à la carte, de inspirerende verhalen waarnaar het op zoek is, ongeacht tijd, plaats of onderwerp, op één van de verschillende kanalen van ValuesTV: de TV-zender, het radiostation, de online redactieportal, het video- en streamingportaal, het magazine, de storytellingsapplicatie en zelfs op een crowdfundingportaal.

De centrale redactie kijkt samen met de productiespecialisten op welke manier en via welke media een verhaal het best kan verteld worden. De mediakanalen staan ten dienste van de verhalen en niet andersom. ValuesTV schrijft zelf geen verhalen. Er wordt vandaag dagelijks genoeg kwalitatieve content gecreëerd door verschillende instanties in de diverse non-profitsectoren.

ValuesTV zorgt ervoor dat al deze content op een professionele, kwalitatieve en aantrekkelijke manier verteld wordt, hoog-kwalitatief wordt geregistreerd en bij het publiek terechtkomt.

De ValuesTV-redactie is samengesteld uit kernredacteurs die een non-profit segment opvolgen dat ze door en door kennen. Zo houden we bij ValuesTV steeds de vinger aan de pols in elke sector, weten we wat er waar leeft en welke verhalen gebracht moeten worden. De redactie wordt zelf ondersteund door een team van specialisten op het gebied van TV, radio, internet en printuitgaven die zorgen voor de vertaling van de verhalen naar de kwaliteitsstandaarden van de mediakanalen.

In de programmatie wordt gestreefd naar een dagelijks horizontaal aanbod waarbij items uit de verschillende thema’s kort aan bod komen en een wekelijks verticaal aanbod waar we elk thema een eigen specifiek programma geven waar verhalen in de diepte kunnen uitgewerkt worden. Het is onmogelijk al deze themaprogramma’s nu uit te doeken te doen maar we lichten hier toch al een tip van de sluier op van wat ValuesTV bij zijn opstart in petto zal hebben.

Zo wordt de contentportal “MagaZijn Community”, van Johan Van der Vloet en Ilse Cornu, co-auteurs van De Grote Levensvragen, ingebed in ValuesTV als het kanaal voor zingeving. Wij zullen dat sterk inhoudelijk aanbod verder vertalen naar TV-formats waarin zij mens en maatschappij bekijken door de bril van zin en zijn.
Zulke formats kunnen vertrekken van actuele onderwerpen, en gaan verder dan hun nieuwswaarde alleen. Op die manier komen we terecht bij de factoren die mensen zin en veerkracht geven, die hen toelaat zich kwetsbaar op te stellen en empatisch.

Samen met de grote erfgoedorganisaties en Eos Geschiedenis stuurt ValuesTV in het erfgoedkanaal de mensen op Erfgoedqueeste. We laten hen ons erfgoed en geschiedenis herontdekken aan de hand van de vele nog verborgen verhalen in en rond onze monumenten en musea.

We diepen boeiende verhalen op voor en achter de schermen van de erfgoedwereld en zoomen bijvoorbeeld in op restauraties van monumenten en kunstwerken.

Binnen het kanaal Toerisme brengen we ons publiek Van Streek tot streek langs de Vlaamse waterwegen en laten we ze de echte *local stories* ontdekken.

De opname-locaties waar we filmen voor erfgoed en toerisme zijn de plaatsen waar verhalen te beleven zijn. We kunnen die ontsluiten met video, audio en artikelen. Ze zullen ook op locatie beschikbaar zijn voor bezoekers, via de storytellingsapplicatie van ValuesTV.

Binnen cultuur diepen we de verborgen verhalen voor en achter de schermen van verschillende cultuurvormen. ValuesTV zal tal van voorstellingen en concerten uitzenden op radio en TV.

Daar is veel ruimte voor meerwaarde. We bedoelen dat we voor de uitzending van een concert of opvoering de stories brengen van auteurs, componisten, dirigenten, solisten enzovoort.

Voor klassieke muziek, opera, chanson en jazz kunnen we vandaag al rekenen verschillende partners. Motor Music, Evil Pinguïn Production uit Mechelen, House of Song en Retrospectre, Aulos Music Management, Panteira Bianca, Boho Strings, … het zijn slechts enkele namen. Sinds kort zegde ook Concertgebouw Brugge toe in een samenwerking met ValuesTV en er zitten nog enkele kleppers in de pipeline. Zo willen we in 2019 uitpakken met een cross mediale ontsluiting van het leven en werk van Bruegel.

Voorts zullen we met Kortfilm.be jaarlijks ook een forum bieden aan 150 kortfilms die ook redactioneel omkaderd worden. Literatuur wordt een rode draad doorheen de hele programmatie van ValuesTV en ook beeldende kunst, dans en theater krijgen een plaat..

Belangrijk is dat al deze content niet verstopt wordt achter een registratie- of betaalmuur. ValuesTV stelt de content gratis beschikbaar van het publiek zodat eenieder die ten volle kan delen met haar of zijn netwerk.

De verhalen moeten immers gezien, gelezen en gehoord worden.

ValuesTV zal ook geen commerciële bannering of campagnespots hebben. Spots en banners worden enkel gebruikt voor boodschappen van non-profit organisaties en om hun verhalen aan te kondigen.

We zullen ons publiek dus niet stalken met de vraag voor registratie. Als men zich registreert zal dit zijn omdat men dat zelf wil en voor iets wat men de moeite waard vindt zoals de aankoop van boeken, cd’s, tickets of een inschrijving voor een debat- of infoavond enzovoort. Dat is meteen ook de ethische datacode van Values TV en Values Media: de consument behoudt bij ValuesTV de controle over haar of zijn data.

Wat betreft het open TV-net zijn de gesprekken met Telenet en Proximus volop aan de gang. Of we daarin gaan slagen weten we niet, maar de constructieve toon van de gesprekken geeft ons voldoende hoop om door te zetten met het project.

Behalve via het lineaire kanaal, zal ValuesTV ook online te zien zijn via ValuesTV.org, het redactieportaal waar audio, video en artikels samenvloeien en makkelijk vindbaar zullen zijn voor het geïnteresseerde publiek. ValuesRadio, onze radiozender zal ook via het portaal èn op DABplus te beluisteren zijn. Het spreekt voor zich dat ons radiostation zal focussen op de verhalen in en rond muziek.

Maar, zoals Leo daarnet zei: ValuesTV rust essentieel op de magie van het scherm, en heeft een open net-kanaal nodig.

ValuesTV start met een zeer duidelijk maatschappelijk engagement. En dat engagement zullen we duurzaam maken. Daartoe werd ValuesTV ondergebracht in een vennootschap, met wellicht de meest originele statuten ooit.
We hebben voor onszelf statutair vastgelegd dat winstmaximalisatie geen doel is. ValuesTV wordt in transparantie, samen met onze partners, beheerd in goed rentmeesterschap, geheel in lijn met de waarden van ons maatschappelijk engagement.

Het business model van ValuesTV is gefundeerd op investeringen, sponsorship, filantropie en vooral op partnerships.

Dit hele verhaal komt ook alleen maar tot stand dankzij sterke partnerships. In die partnerships staan niet geld en marge centraal, maar de versterking van elkaars projecten en de realisatie van elkaars doelstellingen.

Van investeerders tot sponsors, van sales tot marketing, van productie tot redactie, … op elk niveau in de organisatie wordt gestreefd naar zulke win-win partnerships. Als ValuesTV groeit, dan groeit iedereen mee.

Wat kan je nu verwachten van ValuesTV en wanneer?

Het webportaal van ValuesTV wordt verder gefinaliseerd en zal op 1 januari 2018 online verschijnen. Het thema ‘zingeving’ bijt de spits af.

Vanaf dan volgen in cascade de andere themakanalen.

Tegelijk worden het streaming- en videoportaal actief, en gaat ValuesRadio op antenne als DAB-zender. Wij hopen dan snel ValuesTV te kunnen starten, doch dit hangt af van de lopende gesprekken met Telenet en Proximus.

In de volgende weken zullen we via onze website en sociale mediakanalen meer informatie bekend maken over onze partners, de samenstelling van de redactie en de adviesraad van ValuesTV.

Het is dus zaak om vanaf nu ValuesTV te volgen op de website, twitter en facebook.

We gooien met de kick off van vandaag een eerste tros van ValuesTV los. Ik gebruik bewust de metafoor van een schip.

Niet omdat ik een zeiler ben, maar omdat heel het ValuesTV-project drijft op een zee van enorm veel goodwill en engagement.

De tsunami aan creativiteit die de voorbije maanden op ons af kwam heeft ons niet alleen gesterkt in onze overtuiging dat we met ValuesTV het juiste schip bouwen, maar ook en vooral dat we dat schip goed moeten uitrusten in al haar facetten om die tsunami te doorstaan.

Met de bedachtzame zorgvuldigheid, overleg, beraad en daadkracht, waar onze voorzitter al naar verwees, hebben we ook op dat vlak het proces stilaan voltooid.

Ik wil dan ook alle partners bedanken voor het enthousiasme, hun professionalisme en vooral de passie waarmee ook zij zich de voorbije maanden, elk op hun domein, hebben ingezet voor ValuesTV en voor hun sterke engagement naar de toekomst toe.

U maakte ons geloof in het welslagen van onze bijzondere gezamenlijke en maatschappelijke onderneming alleen maar sterker.

Ik dank u.