



Bijlage 2 bij het ministerieel besluit houdende de erkenning als netwerkradio-omroeporganisatie van B.G. - CONSULTING, Naamloze vennootschap voor frequentiepakket netwerkradio-omroeporganisatie 4 - Ander profiel 2

## INHOUD

<b>1</b>	<b>Overzicht kandidaten .....</b>	<b>4</b>
1.1	Aantal kandidaten en voorkeuren	4
1.2	Overzicht scoring	5
1.3	Conclusie	5
<b>2</b>	<b>Stadsradio Vlaanderen .....</b>	<b>6</b>
2.1	Concrete invulling programma-aanbod en zendschema 35,75/45	6
A.	Format 16,5/20	6
B.	Inhoud, mix en diversiteit van de programma's 19,25/25	6
2.2	Media-Ervaring 9/10	7
A.	Ervaring hoofd netwerkradio-omroeporganisatie 7/7	7
B.	Ervaring en mix van team van medewerkers 2/3	7
2.3	Financieel plan 7,75/10	7
A.	Geprojecteerde balans van de twee eerstvolgende exploitatiejaren 2,75/3	7
B.	Specificatie van de herkomst van de financiële middelen in eigen en vreemd vermogen 5/7	8
2.4	Businessplan 8,25/10	8
A.	Strategische visie en doelstellingen op langere termijn 2,75/3	8
B.	Samenhang tussen visie en activiteiten 5,5/7	8
2.5	Technische (zend) infrastructuur 13,79/15	9
A.	Technische uitrusting 4,45/5	9
B.	Uitrol van de technische investeringen 9,33/10	9
2.6	Het deel van het aanbod via de invulling van het specifieke gekozen profiel of muziekaanbod en het deel Vlaamse muziekproducties in dat aanbod 6,5/10	9
<b>3</b>	<b>Radio Maria.....</b>	<b>10</b>
3.1	Concrete invulling programma-aanbod en zendschema 36,25/45	10
A.	Format 15,5/20	10
B.	Inhoud, mix en diversiteit van de programma's 20,75/25	10
3.2	Media-Ervaring 6,5/10	11
A.	Ervaring hoofd netwerkradio 5/7	11
B.	Ervaring en mix van team van medewerkers 1,5/3	11
3.3	Financieel plan 8/10	11
A.	Geprojecteerde balans van de twee eerstvolgende exploitatiejaren 3/3	11
B.	Specificatie van de herkomst van de financiële middelen in eigen en vreemd vermogen 5/7	11
3.4	Businessplan 6,38/10	11
A.	Strategische visie en doelstellingen op langere termijn 3/3	11
B.	Samenhang tussen visie en activiteiten 3,38/7	12
3.5	Technische (zend) infrastructuur 12,02/15	12
A.	Technische uitrusting 3,97/5	12
B.	Uitrol van de technische investeringen 8,05/10	12
3.6	Het deel van het aanbod via de invulling van het specifieke gekozen profiel of muziekaanbod en het deel Vlaamse muziekproducties in dat aanbod 9/10	13

4	Club FM: Motivering Score per onderdeel .....	14
4.1	Concrete invulling programma-aanbod en zendschema 31/45	14
A.	Format 14/20	14
B.	Inhoud, mix en diversiteit van de programma's 17/25	14
4.2	Media-Ervaring 8,5/10	14
A.	Ervaring hoofd netwerkradio 7/7	14
B.	Ervaring en mix van team van medewerkers 1,5/3	15
4.3	Financieel plan 10/10	15
A.	Geprojecteerde balans van de twee eerstvolgende exploitatiejaren 3/3	15
B.	Specificatie van de herkomst van de financiële middelen in eigen en vreemd vermogen 7/7	15
4.4	Businessplan 3,5/10	15
A.	Strategische visie en doelstellingen op langere termijn 2/3	15
B.	Samenhang tussen visie en activiteiten 1,5/7	15
4.5	Technische (zend) infrastructuur 12,09/15	16
A.	Technische uitrusting 4,23/5	16
B.	Uitrol van de technische investeringen 7,86/10	16
4.6	Het deel van het aanbod via de invulling van het specifieke gekozen profiel of muziekaanbod en het deel Vlaamse muziekproducties in dat aanbod 3,5/10	16

# 1 OVERZICHT KANDIDATEN

## 1.1 AANTAL KANDIDATEN EN VOORKEUREN

Aantal kandidaten voor dit pakket: 3.

Voorkeur zoals aangegeven door de aanvrager:

- **B.G.-Consulting nv** (Stadsradio Vlaanderen), met dossiernummer 14252: voorkeur 3; doet ook aanvraag voor netwerkpakket 001 met voorkeur 1, voor netwerkpakket 003 met voorkeur 2, en lokaal pakket 011 met voorkeur 4 (met roepnaam stadsradio Antigoon).
- **Radio Maria vzw** (Radio Maria), met dossiernummer 13676: Voorkeur 2; doet ook aanvraag bij netwerkpakket 003 met voorkeur 1
- **Radio ClubFM** (ClubFm) met dossiernummer 14058: Voorkeur 1; doet ook aanvraag bij netwerkpakket 001 met voorkeur 2 (als Radio ROXX).

## 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	Stadsradio Vlaanderen	Radio Maria	ClubFM
<b>1° Concrete invulling programma-aanbod en zendschema</b>	<b>45%</b>	<b>35,75</b>	<b>36,25</b>	<b>31,00</b>
a) Format	20%	16,50	15,50	14,00
b) Inhoud, mix en diversiteit van de programma's	25%	19,25	20,75	17,00
<b>2° Media-ervaring</b>	<b>10%</b>	<b>9,00</b>	<b>6,50</b>	<b>8,50</b>
a) Ervaring hoofd netwerkradio	7%	7,00	5,00	7,00
b) Ervaring en mix van team van medewerkers	3%	2,00	1,50	1,50
<b>3° Financieel plan</b>	<b>10%</b>	<b>7,75</b>	<b>8,00</b>	<b>10,00</b>
a) Geprojecteerde balans van de twee eerstvolgende exploitatiejaren	3%	2,75	3,00	3,00
b) Specificatie van de herkomst van de financiële middelen in eigen en vreemd vermogen	7%	5,00	5,00	7,00
<b>4° Businessplan</b>	<b>10%</b>	<b>8,25</b>	<b>6,38</b>	<b>3,50</b>
a) Strategische visie en doelstellingen op langere termijn	3%	2,75	3,00	2,00
b) Samenhang tussen visie en activiteiten	7%	5,50	3,38	1,50
<b>5° Technische (zend) infrastructuur</b>	<b>15%</b>	<b>13,79</b>	<b>12,02</b>	<b>12,09</b>
a) Technische uitrusting	5%	4,45	3,97	4,23
b) Uitrol van de technische investeringen	10%	9,33	8,05	7,86
<b>6° Concrete invulling programma-aanbod</b>	<b>10%</b>	<b>6,50</b>	<b>9,00</b>	<b>3,50</b>
<b>Totaal</b>	<b>100%</b>	<b>81,03</b>	<b>78,15</b>	<b>68,59</b>

## 1.3 CONCLUSIE

Na beoordeling behaalt B.G.- Consulting (Stadsradio Vlaanderen) de hoogste score.

## 2 STADSRADIO VLAANDEREN

### 2.1 CONCRETE INVULLING PROGRAMMA-AANBOD EN ZENDSCHEMA 35,75/45

#### **A. Format 16,5/20**

Stadsradio Vlaanderen heeft als uitgangspunt “informatie uit het ontvangstgebied te centraliseren en delen met de inwoners van Vlaanderen” om zo dichterbij de luisteraar te komen en een commercieel alternatief te zijn voor Radio 2, zonder in concurrentie te gaan met de lokale radio's die nog dichterbij een deel van een stad of gemeente staan. Met deze ‘visie die uitgesproken gericht is op diversiteit en op verbinding maken tussen mensen’ en een generalistisch classic hits format richt de zender zich op alle Vlamingen. Stadsradio Vlaanderen beschrijft zijn gewenste positie in het radiolandschap door middel van CIM-cijfers.<sup>1</sup> De radio geeft ook een omschrijving van het specifieke programma-aanbod. De doelgroep is niet consequent benoemd.

Stadsradio Vlaanderen geeft slechts in algemene termen wat de netwerkradio-omroeporganisatie kan betekenen als meerwaarde voor de samenleving. Stadsradio Vlaanderen wil namelijk meer inzetten op de lokale band en ‘nog dichterbij de luisteraar komen dan Radio 2 door ook op regelmatige tijdstippen live uitzendingen te brengen op evenementen’. Het programma-aanbod sluit aan bij deze vooropgestelde publieke waarde. Er is geen sterke toetsing met de noden van de doelgroep, mede doordat de doelgroep niet duidelijk afgelijnd is. De credibiliteit van het algemene concept is uitgebreid gemotiveerd aan de hand van de historiek van de verschillende huidige lokale stadsradio's. Daarnaast steunt de radio ook op algemene studies en voorbeelden buiten Vlaanderen zoals Radio 10, Classic 21,..., maar de concrete link en de weerslag ervan in de operationaliteit van het ingediende dossier wordt onvoldoende concreet gemaakt. Het specifieke andere profiel is niet voldoende toegelicht waardoor het overlap vertoont met een generalistisch profiel.

Stadsradio Vlaanderen 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 19,25/25**

Stadsradio Vlaanderens programmaoverzicht sluit aan bij het concept en beschrijft waar de programma's over gaan. Bij sommige programma's (bv. Vlaams Praatcafé) is de algemene inhoud van het programma niet vermeld en wordt enkel info over de speciale items en nieuwsuitzendingen gegeven. De programma's hebben meestal een uitgesproken identiteit ten opzichte van elkaar. Alle aspecten van het zenderprofiel vinden hun weerslag in het programma-aanbod van de radio-omroeporganisatie en het gekozen muzikaal

---

<sup>1</sup> Het Centrum voor Informatie over de Media produceert studies van de belangrijkste Belgische reclamedragers, waaronder radio.

format van 'generalistisch classic hits' past in dit zenderprofiel. Het muzikaal format wordt niet consequent beschreven.

Stadsradio Vlaanderen brengt op regelmatige tijdstippen andere omroepprogramma's en diversifieert in inhoud bij langere programma's. De omroepprogramma's worden live gebracht en brengen voldoende afwisseling tussen informatie en entertainment. Er zijn ook verschillende journalistieke vormen gespecificeerd.

Stadsradio Vlaanderen brengt niet veel variatie tussen de verschillende soorten omroepprogramma's. Eén programma (Sportpaleis FM) biedt een forum aan een andere mediagroep maar is inhoudelijk (muziekprofiel wordt niet beschreven) onvoldoende geduid. Er is ook tegenspraak tussen het gewenste muziekprofiel (pop & rock) en de betrachting verschillende muziekgenres te willen spelen. Er zijn wel muziek-, "top xxx"-, en nicheprogramma's aanwezig in het programma-aanbod. Interviews, cultuur en sport krijgen geen eigen programma's, maar komen toch uitgebreid aan bod via vaste rubrieken of speciale uitzendingen binnen een wisselend programma, waardoor het niet volledig negatief wordt gewaardeerd. Er is geen apart actualiteitenprogramma opgenomen.

## 2.2 MEDIA-ERVARING 9/10

### **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 1991 verzorgt hij het voorzitterschap en de dagelijkse leiding van een radiostation. Sindsdien heeft hij verschillende leidinggevende en bestuurlijke functies binnen het radiolandshap op zich genomen.

### **B. Ervaring en mix van team van medewerkers 2/3**

Het medewerkersteam van de netwerkradio-omroeporganisatie bevat een mix van technische, commerciële en radio-eigen competenties. Er worden geen administratieve competenties opgenomen in het dossier. Deze mix aan professionele profielen wordt enkel verantwoord aan de hand van de uitgebreide cv's van de gekozen medewerkers.

## 2.3 FINANCIEEL PLAN 7,75/10

### **A. Geprojecteerde balans van de twee eerstvolgende exploitatiejaren 2,75/3**

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. Alle ratio's zijn positief en de meesten stijgen over de eerste twee exploitatiejaren. De getallen bij de specificatie van de herkomst van de financiële middelen in eigen en vreemd vermogen komen op sommige vlakken niet overeen met de getallen die te vinden zijn in de balansen.

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

De herkomst van de financiële middelen in eigen- en vreemd vermogen is wel gegeven, maar niet correct geduid. De getallen in dit document komen bijvoorbeeld niet overeen met die in de balansen en er wordt geen uitleg gegeven bij het vreemd vermogen. Er is wel sprake van een renteloze lening bij de gedelegeerd bestuurder, maar die wordt volgens de tekst bij het eigen vermogen gerekend, terwijl dit in de balans onder vreemd vermogen valt.

Stadsradio Vlaanderen geeft aan hoe de geplande investeringen gefinancierd kunnen worden

## **2.4 BUSINESSPLAN 8,25/10**

### **A. Strategische visie en doelstellingen op langere termijn 2,75/3**

De strategische visie is geformuleerd, bevat een toekomstbeeld en duidt de meerwaarde voor de maatschappij. Stadsradio Vlaanderen wil 'radio's starten die niet alleen muziek uitzenden, maar ook een veelvoud aan informatie bezorgen van Vlaanderen, de provincie, een groep steden en de stad zelf.' De radio meent dan ook dat er vraag is naar 'informatieve, professionele stads- en provincieradio's' die 'de Vlaming informeren en liefst zo objectief mogelijk'. De unieke waarden van het netwerk zijn niet letterlijk opgenomen, maar kunnen impliciet worden afgeleid uit de vele voorbeelden in de tekst doorheen het dossier. De doelstellingen op langere termijn zijn in 19 doelstellingen geformuleerd, in lijn met de visie en omvatten verschillende geleidingen van de radio. De kernactiviteit van de netwerkradio-omroeporganisatie is radio maken, maar de wisselwerking met de nevenactiviteiten, het stadsmagazine en de TV kanalen, is weinig toegelicht.

### **B. Samenhang tussen visie en activiteiten 5,5/7**

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. Stadsradio Vlaanderen wil op zo kort mogelijke termijn 5% van de luistermarkt binnenhalen, er is bij dit geraamde marktaandeel geen afdoende duiding gegeven. Buiten de het document met de beschrijving van de visie en activiteiten wordt de verwachting verwoord dat de reclameomzet in 2018, ten opzichte van 2017, bijna zal verviervoudigen en in 2019 het vijfvoud van 2017 zal omvatten. Daarnaast worden het menselijk kapitaal en de onderlinge verhoudingen ervan maar gedeeltelijk gespecificeerd en is de duiding bij de gedane en voorgenomen investeringen niet volledig: er ontbreken bedragen.



## 2.5 TECHNISCHE (ZEND) INFRASTRUCTUUR 13,79/15

### A. Technische uitrusting 4.45/5

De voorziene technische uitrusting, infrastructuur, transmissie, vestiging en uitbouw van het zenderpark zijn gedetailleerd omschreven. Deze motiveren de volledige werking van de radiozender. Soms ontbreekt er echter technische info, doordat er bijvoorbeeld montagesoftware niet specifiek benoemd wordt of technische uitrusting wel in de rest van het dossier wordt aangehaald, maar niet in het technisch document is opgenomen. Hoewel alle locaties van de masten worden opgegeven, worden er maar bij 5 lokaliteiten een opstelplaats benoemd. DAB+ ligt nog in het toekomstplan van de radio: er is een principeakkoord met Norkring vastgelegd. Samenwerking met een broadcast partner zijn beschreven. De garantie voor een performant netwerk wordt onderbouwd door de aanwezigheid van controle- en onderhoudsvoorzieningen, reserve stroom en een nooduitzending bij stilstedetectie ten gevolge van mogelijke defecten.

### B. Uitrol van de technische investeringen 9,33/10

De informatie omtrent de concrete timing voor de uitrol van de technische investeringen is uitvoerig omschreven. Er ontbreekt enkel een concrete planning rond de toekomstige investeringen in verband met de update van de technologie.

## 2.6 HET DEEL VAN HET AANBOD VIA DE INVULLING VAN HET SPECIFIEKE GEKOZEN PROFIEL OF MUZIEKAANBOD EN HET DEEL VLAAMSE MUZIEKPRODUCTIES IN DAT AANBOD 6,5/10

Stadsradio Vlaanderen kiest voor een algemeen profiel met aandacht voor classics, en nadruk op Vlaamse en Nederlandstalige muziek, die 30% van het muzikale aanbod beslaan. De zender zet zich ook in voor de promotie van nieuwe en opkomende Vlaamse muziekgroepen. Op dit vlak is Stadsradio Vlaanderen consequent in zijn aanpak.

Desondanks moeten we besluiten dat dit profiel eerder past bij een generalistische netwerkomroeporganisatie, er zijn geen indicaties dat er bewust wordt gekozen voor een "ander" profiel.

## 3 RADIO MARIA

### 3.1 CONCRETE INVULLING PROGRAMMA-AANBOD EN ZENDSCHEMA 36,25/45

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

Radio Maria kiest voor een uitgesproken christelijk geïnspireerd profiel gericht op zingeving en spiritualiteit. De zender wil een sociale functie vervullen en een gevoel van verbondenheid creëren via het geloof, en zegt hierin pluralistisch te zijn.

De doelgroep wordt in vage termen omschreven: in eerste instantie richt de zender zich op behoeftigen zoals bejaarden, vereenzaamden en zieken, maar de focus verbreedt al snel tot vrijwel iedereen. Er zijn geen marktstudies aanwezig in het dossier om de gewenste positie in het radiolandschap te staven. Dit brengt ook de geloofwaardigheid van het project licht in het gedrang.

De zender heeft een eigen huisstijl. Het muzikale format draait rond rustige, vaak religieus geïnspireerde muziek, maar de aanvrager blijft vrij vaag over de concrete invulling hiervan. Het programmaoverzicht en het zendschema zijn uitvoerig toegelicht. Het dossier blijft vaag over wie de presentatie van de programma's op zich neemt. In de vijfde week van de maand zouden een aantal programma's exclusief muziek spelen, maar hier wordt geen duidelijke informatie over gegeven. Dit geeft de indruk dat er een volledige week enkel muziek wordt gespeeld.

Radio Maria profileert zich als een openlijk christelijke zender, maar expliciteert zijn banden met de kerkelijke gemeenschap niet. De enige duidelijke band is deze met de World Family of Radio Maria, een internationale koepelorganisatie die dit radioconcept internationaal uitdraagt en ondersteunt.

#### B. Inhoud, mix en diversiteit van de programma's 20,75/25

Radio Maria geeft een uitgebreid overzicht van de programmatie, maar houdt het bij een conceptuele omschrijving, er wordt geen tekst en uitleg gegeven over de concrete invulling van de uitzending. Door de uitgesproken christelijke focus hebben de programma's weinig identiteit ten aanzien van elkaar, maar passen daardoor des te meer in dit specifieke zenderprofiel. De zender focust zich op behoeftigen (bejaarden, zieken, vereenzaamden), en richt zich zo op een zeer specifieke doelgroep die anders geen specifieke aandacht krijgt.

Los van de religieuze focus, is er veel afwisseling in formats, en is er een grote hoeveelheid programma's aanwezig in het zendschema.

De zender gaat consequent voor rustige, religieus geïnspireerde muziek, en legt een klemtoon op Vlaamse muziek: een derde van de muzikale programmatie is gereserveerd voor Vlaamse producties. Actualiteit wordt behandeld, zij het vanuit een religieus duidend perspectief. Er is aandacht voor interviews, muziek en cultuur. Er worden geen sportprogrammatie en top xxx programma's vermeld.

## 3.2 MEDIA-ERVARING 6,5/10

### A. Ervaring hoofd netwerkradio 5/7

De programmadirecteur is aangesteld bij Radio Maria sinds 2011 en heeft dus al enige ervaring met het runnen van de zender als keten van lokale radio's. Dit is zijn enige concrete managementervaring in de auditieve media-sector.

### B. Ervaring en mix van team van medewerkers 1,5/3

De werking van Radio Maria is gestoeld op een klein aantal voltijdse beroepskrachten en een veelvoud aan vrijwilligers. Bij de beroepskrachten worden er beschrijvingen gegeven van technische, administratieve en radio-eigen profielen. Commerciële competenties worden niet vermeld. De zender plant wel in 2018 gediplomeerde journalisten aan te trekken als betaalde krachten.

## 3.3 FINANCIËEL PLAN 8/10

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

De geprojecteerde balansen zijn vormelijk correct en voldoende transparant om een positief beeld te krijgen van de financiële werking van de organisatie, en ze kwalitatief en inhoudelijk 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. De toetsing is over de hele lijn positief.

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

Financieel is Radio Maria volledig op giften aangewezen, er zijn geen inkomsten via advertenties e.d.m. Dit model lijkt levensvatbaar te zijn. De herkomst van de giften wordt niet gespecificeerd. Verder is Radio Maria goed ingebed in een wereldwijd netwerk, The World Family of Radio Maria, die financiële en technische rugsteun kan bieden.

## 3.4 BUSINESSPLAN 6,38/10

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

Radio Maria heeft een strategische visie geformuleerd met oog op uitbreiding van zijn werking: een uitbreiding van het netwerk van vrijwilligers met een gepaste plek binnen de organisatie, behoud en vernieuwing van technische voorzieningen, uitbreiding het aantal lokale studio's per provincie en een blijvende aanwezigheid in de reeds bestaande structuren van kerk en maatschappij. De zender wil zo dichterbij zijn luisteraars gaan staan, en een hechte gemeenschap aan luisteraars en donors creëren. De

doelstelling en maatschappelijke meerwaarde van het project is religieus van opzet: “een hoopvolle boodschap verspreiden voor alle mensen.”

## **B. Samenhang tussen visie en activiteiten 3,38/7**

In het kader van leden- en daarmee gepaarde fondsenwerving, worden er activiteiten opgezet voor potentiële vrijwilligers.

De werking draait volledig op giften, dus is deze component van het strategisch plan prominent aanwezig. Er wordt echter weinig detail gegeven over de precieze herkomst van de giften. Dit maakt dat er niet kan worden getoetst hoe solide de aanvoer van giften is, de projectie naar de toekomst toe is dus ook niet geheel geloofwaardig.

Verder wordt er geïnvesteerd in studio- en zendmateriaal, en technologische vernieuwingen zoals DAB+. Radio Maria wil ook zorginstellingen promoten en aandacht hebben voor Vlaamse en Nederlandstalige muziek. De daartoe voorziene middelen worden echter niet gespecificeerd in dit dossier.

Er zijn geen externe studies aanwezig die de beoogde positie in de luister- en advertentiemarkt duiden. Radio Maria doet hier ook geen uitspraken over in dit dossier.

## **3.5 TECHNISCHE (ZEND) INFRASTRUCTUUR 12,02/15**

### **A. Technische uitrusting 3,97/5**

Radio Maria geeft een uitgebreid overzicht van het voorziene materiaal in zowel de studio's als de zendlocaties. We missen wel wat duiding over de gemaakte keuzes, zowel op vlak van hardware als van software.

De locatie van de zendinstallaties is voor een aantal antennes nog in onderhandeling. We misten een beschrijving van deze potentiële locaties in dit dossier.

Er zijn voldoende maatregelen genomen inzake controle van het zendnetwerk en back-up van materiaal om een performant netwerk te garanderen.

We merken verder op dat de technische uitrusting en ondersteuning onderhevig is aan een internationale standaard, vastgelegd door de World Family of Radio Maria. Radio Maria Vlaanderen beschikt over een technisch team, en kan beroepen op de know how van de World Family.

### **B. Uitrol van de technische investeringen 8,05/10**

Om volledige operationeel te zijn tegen januari 2018 zijn er nog een aantal investeringen gepland in nieuwe zendlocaties. Hierover wordt weinig detail verschaft: zo ontbraken onder meer de precieze locatie en beschrijving van de zendlocatie, alsook welk bedrijf deze werken zou uitvoeren.

De zender zegt verder te willen vernieuwen inzake technologie, maar blijft vaag over de geplande investeringen, zowel in het technische dossier als in het businessplan. Het samenwerkingsverband met de World Family impliceert dat deze organisatie ook instaat voor technische ondersteuning, maar dit wordt niet geëxpliciteerd.

### 3.6 HET DEEL VAN HET AANBOD VIA DE INVULLING VAN HET SPECIFIEKE GEKOZEN PROFIEL OF MUZIEKAANBOD EN HET DEEL VLAAMSE MUZIEKPRODUCTIES IN DAT AANBOD 9/10

Radio Maria is met zijn religieuze focus een unicum in het Vlaamse radiolandschap, meer dan 75% van de programmatie valt binnen de religieuze en sociale categorie volgens hun eigen opdeling (de andere 25% beslaat actualiteit en entertainment). Ze vervult dus een sterk “ander” profiel.

Op muzikaal vlak wordt er gekozen voor minstens een derde Vlaamse en Nederlandstalige producties, naast een derde instrumentale en een derde buitenlandse producties. We merken echter op dat de omschrijving van het Vlaamse aanbod niet helemaal consequent is geduid: de Vlaamse categorie bestaat naast een buitenlandse en een instrumentale, die laatste is niet toegelicht qua herkomst. Ook worden de categorieën Vlaams en Nederlandstalig onderling omgewisseld.

## 4 CLUB FM: MOTIVERING SCORE PER ONDERDEEL

### 4.1 CONCRETE INVULLING PROGRAMMA-AANBOD EN ZENDSCHEMA 31/45

#### **A. Format 14/20**

ClubFM heeft een duidelijke keuze gemaakt in de keuze van zijn profiel als muziek- en informatiezender die een ruime aandacht heeft voor nieuw Vlaams talent. De zender richt zich op (jong-)volwassenen tussen de 20 en de 45 jaar, en kiest voor het CHR format (contemporary hit radio). ClubFM zegt dat dit een unieke keuze is in het Vlaamse radiolandschap, maar motiveert deze claim niet. Er is ook geen verdere omschrijving gegeven van de gewenste positie in de Vlaamse radiomarkt. De zender geeft anekdotisch aan marktonderzoek gedaan te hebben, maar vermeldt geen bron of verdere conclusies van dit onderzoek.

De omschrijving van de vooropgestelde publieke waarde is slechts in algemene termen aanwezig, de zender wil informeren, entertainen, en evenementen en socio-culturele activiteiten organiseren.

Het zendschema is volledig, maar de benaming van de programma's is niet consequent t.a.v. de benaming in het programma-overzicht, zo is in het zendschema enkel de naam van de presentator vermeld.

#### **B. Inhoud, mix en diversiteit van de programma's 17/25**

De programmatie van ClubFM sluit aan bij het vooropgestelde concept, en bestaat voornamelijk uit personality shows, die afwisselen tussen informatie en entertainment. We missen wel specifieke doelgroepprogrammatie. Er is uitgesproken aandacht voor Vlaamse en Belgische artiesten, 40% van de muziekselectie is Belgisch.

Er is voldoende afwisseling in de programmatie en de verschillende programma-items. Toch oordelen we dat qua diversiteit aan programma's, er geen uitgesproken aandacht is voor interviews, nicheprogrammatie of een uitgesproken cultuurmagazine. Gezien er verder niet gekozen is voor een specifiek thematisch of muzikaal profiel, ontbreken er programma's die inzetten op het "andere" karakter van de netwerkzender.

### 4.2 MEDIA-ERVARING 8,5/10

#### **A. Ervaring hoofd netwerkradio 7/7**

De algemene directeur van ClubFm heeft reeds een lange voorgeschiedenis in het radiolandschap. Hij vervult sinds 1999 verschillende functies bij verschillende lokale zenders, met een sterke nadruk op operationele en management competenties. Zijn functie bij ClubFM bekleedt hij al sinds 2008.

## **B. Ervaring en mix van team van medewerkers 1,5/3**

Men heeft de profielen van een aantal mensen die werkzaam zijn bij ClubFM uitgelicht, maar er wordt geen verantwoording gegeven van deze selectie. Er wordt aan de hand van een korte biografie toelichting gegeven bij de medewerkers, maar hun specifieke competenties en meerwaarde wordt niet toegelicht. Technische en administratieve profielen werden niet omschreven.

## **4.3 FINANCIËEL PLAN 10/10**

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

De geprojecteerde balansen zijn vormelijk correct en voldoende transparant om een positief beeld te krijgen van de financiële werking van de organisatie, en ze kwalitatief en inhoudelijk 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. Alle ratio's zijn positief en stijgen over de eerste twee exploitatiejaren.

### **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 is gedetailleerd omschreven en de middelen geven voldoende armslag om de geplande investeringen uit te voeren. ClubFM geeft aan dat dit in eerste instantie draait rond de uitbouw van de digitale werking van de radio: DAB+, cross-mediale invulling en visueel radio.

## **4.4 BUSINESSPLAN 3,5/10**

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

ClubFM wil volop inzetten op een digitale toekomst, "een 360° radiobeleving": aanwezigheid in digitale tv-pakketten, streaming, DAB+, webstreaming, apps, visueel radio, cross-media. De omroeporganisatie wil een rol als digitale pionier vervullen. Als maatschappelijke meerwaarde wil de zender inzetten op jong talent van eigen bodem, zowel op muzikaal vlak als naar evenementen en start ups toe.

De doelstellingen blijven echter conceptueel en vaag. Zo is er geen omschrijving van de invloed die deze strategische visie zal hebben op het organisatorische aspect van ClubFM: personeel, financiën, technisch, commercieel. Daarnaast maakt ClubFM geen expliciete melding van de unieke waarden van het netwerk.

### **B. Samenhang tussen visie en activiteiten 1,5/7**

Er zijn geen concrete acties en activiteiten gepland om de doelstellingen geschetst in het vorige luik te verwezenlijken. ClubFM zegt over voldoende middelen te beschikken om de nodige investeringen uit te voeren, maar deze investeringen worden niet toegelicht, noch in de specificering van kapitaalmiddelen als van menselijk kapitaal. Ook in het financieel plan is hier geen duidelijke toelichting van terug te vinden.

ClubFM heeft, in lijn met zijn doelstellingen, reeds geïnvesteerd in de optimalisatie van de geluidskwaliteit van zijn uitzendingen, en de zender was naar eigen zeggen de eerste die DAB heeft geïmplementeerd in Vlaanderen. De omroeporganisatie geeft geen concrete investeringscijfers of groeiverwachtingen op. ClubFM geeft geen duiding over het beoogde marktaandeel in de luister- en adverteerdersmarkt. Er zijn geen aanwijzingen te vinden dat ClubFM externe of interne marktstudies heeft laten uitvoeren in dit verband.

## 4.5 TECHNISCHE (ZEND) INFRASTRUCTUUR 12,09/15

### A. Technische uitrusting 4,23/5

De voorziende technische uitrusting, infrastructuur, transmissie, vestiging en uitbouw van het zenderpark zijn gedetailleerd omschreven. ClubFM is exhaustief in zowel oplijsting als motivatie. Soms ontbreekt er technische info, doordat er bijvoorbeeld software niet specifiek benoemd wordt of technische uitrusting wel in de rest van het dossier wordt aangehaald, maar niet in het technisch document is opgenomen.

De garantie voor een performant netwerk wordt onderbouwd door de aanwezigheid van een interne en externe technische dienst, digitale monitoring van de installaties. We vonden echter geen informatie over de voorziene maatregelen in geval van stroomuitval.

### B. Uitrol van de technische investeringen 7,86/10

ClubFM beschikt reeds over een uitgebreid netwerk aan lokale studio's, en heeft dus het meeste benodigde materiaal al ter beschikking. Er zijn reeds plannen voor de aanpassing van de bestaande sites in samenwerking met een externe firma, teneinde tegen januari 2018 operationeel te zijn. Men heeft echter geen concrete timing voor deze aanpassingen meegegeven, noch documentatie over de nodige extra investeringen.

ClubFM wil verder inzetten op digitalisering (zie ook businessplan), maar hiervan is geen neerslag te vinden in het technische dossier.

## 4.6 HET DEEL VAN HET AANBOD VIA DE INVULLING VAN HET SPECIFIEKE GEKOZEN PROFIEL OF MUZIEKAANBOD EN HET DEEL VLAAMSE MUZIEKPRODUCTIES IN DAT AANBOD 3,5/10

ClubFM geeft geen duidelijk richtpercentage van het aandeel van de zendtijd dat wordt besteed aan de invulling van het specifieke profiel van de zender. Bovendien merken we op dat dit profiel generalistisch van aard is. De zender maakt geen duidelijke keuze die een "andere" invulling verantwoordt, noch thematisch, noch qua muzikaal format (CHR Rock).

Op muzikaal vlak kiest de zender voor 40% Belgische, en 60% buitenlandse muziek. Het aandeel Vlaamse of Nederlandstalige muziek wordt niet toegelicht.



Gezien om gevoegd te worden bij het ministerieel besluit van 15 september 2017 houdende de erkenning als netwerkradio-omroeporganisatie van B.G. - CONSULTING, Naamloze vennootschap voor frequentiepakket netwerkradio-omroeporganisatie 4 – Ander profiel 2.  
Brussel.

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

Sven GATZ