



Evaluatie coproductieovereenkomst 2006-2007 betreffende het wetenschappelijk tv-programma “over leven” in het kader van het actieplan Wetenschapsinformatie en Innovatie

**Departement Economie, Wetenschap en Innovatie
Studiedienst en Prospectief Beleid¹
Koning Albert II-laan 35 bus 10
1030 Brussel**



9 oktober 2007

¹ Afdeling Strategie en Coördinatie sinds 1 juni 2008

Evaluatie coproductieovereenkomst 2006-2007 betreffende het wetenschappelijk tv-programma “over leven” in het kader van het actieplan Wetenschapsinformatie en Innovatie

Samenvatting

In het kader van het actieplan Wetenschapsinformatie en Innovatie wordt sinds 1999 een coproductieovereenkomst afgesloten met de VRT betreffende de realisatie van een documentaire reeks in de wetenschappelijke frequentie. Dit programma dient het wetenschappelijk onderzoek en de rol van de onderzoeker te belichten en recente wetenschappelijke ontdekkingen onder de aandacht van het brede publiek te brengen. Het betreffende programma wordt uitgezonden onder de naam “over leven” en bestrijkt een brede waaier van wetenschappelijke disciplines.

In de coproductieovereenkomst is voorzien in een totaal budget van 372.000 euro voor de realisatie van de reeks. In dit budget draagt de Vlaamse overheid maximaal 186.000 euro bij.

De minister heeft het departement Economie, Wetenschap en Innovatie gevraagd een evaluatie uit te voeren met betrekking tot de coproductieovereenkomst 2006-2007 waarin minstens de evolutie van de kijkcijfers en het aantal speelduren van aangekochte en lokale producties wordt weergegeven. De deadline voor het afwerken van de evaluatie is vastgesteld op 15 oktober 2007.

Onderhavig evaluatierapport gaat niet alleen in op de elementen gevraagd door de minister, maar heeft ook aandacht voor de waardering voor het programma en dit zowel bij de kijkers zelf als door professionelen. Dit laatste wordt geïllustreerd door de vele (internationale) prijzen die over leven (al) heeft gewonnen.

Verder wordt ook ingegaan op volgende elementen: (cumulatief) bereik van het programma, marktaandeel, uitzenduur en publieksamenstelling, bezoek website en de kostprijs van het programma. In 2006-2007 werd in het kader van de coproductieovereenkomst maar – omwille van marketingredenen niet onder de “merknaam” over leven – een eigen productie met een iets andere format ontwikkeld onder de naam “Marathon”. Deze productie wordt ook meegenomen in de evaluatie.

De evaluatie toont aan dat zowel over leven als Marathon konden rekenen op veel waardering. Het kijkerspubliek van over leven situeert zich bij het oudere deel van de bevolking (meer dan 60% is 55+). Voor Marathon is dit veel minder uitgesproken en is om en bij de 40% van de kijkers jonger dan 44 jaar. Het gevraagde aantal eigen producties binnen de overeenkomst wordt net niet gehaald en ook het aantal uitzendingen ligt iets onder de verwachtingen, zelfs als rekening wordt gehouden met het feit dat minder afleveringen konden worden geprogrammeerd dan voorzien (35 i.p.v. 39). De kostprijs van het programma is dan weer redelijk.

Het valt aan te bevelen om – indien de samenwerking wordt verder gezet – de aantallen in de coproductieovereenkomst bij te stellen naar een realistischer niveau en ook de bepalingen aangaande de evaluatie te verduidelijken en eventueel ook uit te breiden.