

BRUZZ

Brussels is capital

**Werkingsverslag
2025**



Werkingsverslag 2025

Vlaams-Brusselse Media vzw
Eugène Flageyplein 18, 1050 Elsene
KBO n° 0547.949.238
RPR Brussel – afdeling Nederlandstalig

INHOUDSTAFEL

Managementsamenvatting	3
Strategische doelstellingen	6
Operationele doelstellingen	7
Redactie: terug naar de kern in een overgangsjaar	7
O.D. 1. BRUZZ wil nog meer zichtbaar zijn in de stad en de stad moet zichtbaarder zijn op BRUZZ	8
O.D. 2. BRUZZ plaatst digitaal centraal	19
O.D. 3. Binnen het eengemaakte merk voert BRUZZ labels in die de gebruiker centraal stellen	33
O.D. 4. BRUZZ wil er elke dag staan. Zeven dagen per week	38
O.D. 5. BRUZZ wordt meer dan ooit de referentie voor Brussel	40
O.D. 6. BRUZZ wil de digitale strategie technologisch vooruitstrevend organiseren in functie van de gebruiker en met respect voor de gebruiker	42
Personeels- en welzijnsbeleid	54
O.D. 7. BRUZZ garandeert het continue leertraject voor medewerkers om zo de kwaliteit van de output te verbeteren	54
O.D. 8. BRUZZ werkt vanuit een flexibel organisatiemodel zodat talent kan ontwikkelen binnen onze organisatie	57
O.D. 9. BRUZZ rekruteert proactief (S.D. 3)	58

O.D. 10. BRUZZ experimenteert op het vlak van nieuwe werkvormen op Flagey en daarbuiten (S.D. 5)	59
O.D. 11. BRUZZ is in 2025 meer een afspiegeling van de stad en de maatschappij ...	60
O.D. 12. BRUZZ gaat actief op zoek naar (Brusselse) jongeren om hen te laten kennismaken/op te leiden in een job (binnen de media)	64
O.D. 22. BRUZZ zal een voorbeeldorganisatie zijn op vlak van duurzaamheid met betrekking tot duurzame arbeidsrelaties (S.D. 5)	65
Marketing, Sales & Distributie	68
O.D. 13. De naamsbekendheid van BRUZZ vergroten	68
O.D. 14. De klassieke marketingaanpak aanvullen met een digitale marketingstrategie	71
O.D. 15. De redactionele strategie van ingangen, labeling en profilering doorvertalen naar de marketingstrategie	75
O.D. 16. De impact van BRUZZ meten	78
O.D. 18. De salesinkomsten structureel doen stijgen	83
Technologie en productie	85
O.D. 19. BRUZZ zal zijn productieapparaat moderniseren en flexibel uitbouwen mét behoud van de betrouwbaarheid	85
O.D. 20. BRUZZ zet in op innovatie en het samenwerken met technologische partners	87
O.D. 21. BRUZZ zal tijdens dit beleidsplan de huisvesting voor na 2026 onderzoeken	88
O.D. 22. BRUZZ zal een voorbeeldorganisatie worden op het vlak van duurzaamheid en wil zijn ecologische voetafdruk maximaal beperken	89
Financieel verslag	90

Managementsamenvatting

2025 was voor BRUZZ een overgangsjaar met een dubbele agenda: enerzijds de dagelijkse journalistieke werking op hoog niveau houden, anderzijds de organisatie voorbereiden op een nieuwe beleidsperiode die ingrijpende veranderingen met zich meebrengt. Beide ambities werden waargemaakt — zij het niet zonder inspanning.

De redactie keerde bewust terug naar de kern: onafhankelijke, kwaliteitsvolle journalistiek over Brussel. Na het hectische verkiezingsjaar 2024 koos de hoofdredactie voor verdieping boven volume, voor dossiers naast dagelijkse actualiteit. Dat leverde zichtbare resultaten op: de digitale platformen groeiden met bijna 18% in pageviews en 10% in unieke bezoekers ten opzichte van 2024, en het algemene waarderingsonderzoek, uitgevoerd door WHYFIVE!, gaf BRUZZ een tevredenheidsscore van 8,1 op 10 — een significante stijging ten opzichte van de 7,8 uit 2021.

Journalistiek in de stad

BRUZZ bevestigde zijn rol als referentiemedium voor Brussel met journalistiek die verder kijkt dan de waan van de dag. De moeizame Brusselse regeringsvorming — het langste bestuursvacuüm in de Belgische geschiedenis — werd door BRUZZ als enige medium onafgebroken en verdiepend gevolgd, met interactieve tellers die nationaal werden overgenomen. Naast de politiek waren er opgemerkte crossmediale dossiers over het wapengeweld en het lerarentekort.

De aanwezigheid in de stad werd versterkt door de hernieuwde inzet van de BRUZZ-bus, die acht keer als mobiele radiostudio en promotiemiddel fungeerde. Vaste ankerpunten zoals de Vlaamse feestdag (11 juli), Couleur Café en Brussel Helpt concretiseerden de verbinding met het Brusselse weefsel. Brussel Helpt haalde in 2025 een recordbedrag op: 95.177 euro voor vzw Groot Eiland.

Op digitaal vlak werden verdere stappen gezet: datajournalistiek kreeg een vaste plek met de aanwerving van een datajournalist, de podcaststrategie werd vernieuwd met de lancering van *In Brussel*, en de sociale media evolueerden van doorgeefluik naar een volwaardige redactionele pijler. De samenwerking met VRT NWS werd verdiept en leverde maandelijks gemiddeld 441.694 extra pageviews op via de VRT-platformen.

Vorbereiding beleidsplan 2026–2030

Een groot deel van de energie in 2025 ging naar de voorbereiding van het beleidsplan voor de periode 2026–2030, als basis voor een nieuwe beheersovereenkomst met de Vlaamse Gemeenschap en de Vlaamse Gemeenschapscommissie. Dit was een uitgebreid participatief traject waarbij medewerkers, bestuursleden en externe stakeholders actief werden betrokken.

Het traject omvatte inspiratiesessies over technologische vernieuwing en AI (onder meer in samenwerking met de VRT), interactieve sessies met medewerkers en bestuursorgaan begeleid door externe partner Doenker, thematische besprekingen over mediamix, distributiemodellen en financiering, en overleg met de kabinetten van de bevoegde ministers. Een internationaal omgevingsonderzoek bij Europese stadsmediagroepen (uitgevoerd door prof. Ike Picone, VUB) ondersteunde de strategische keuzes.

Het resulterende beleidsplan kiest resoluut voor een digital-first transformatie: een geïntegreerd digitaal platform als kern van de mediamix, een nieuwe vorm van digitale videoproductie, een nieuw distributiemodel voor het magazine en de structurele integratie van AI in redactionele en productionele workflow. Tegelijk worden radio, lineaire televisie en het magazine als premium

longread behouden. Zij beantwoorden vandaag nog steeds aan een behoefte van het publiek en het beleid.

Governance en bestuurlijke vernieuwing

2025 was ook een jaar van bestuurlijke omschakeling. Na het vertrek van algemeen directeur Dirk De Clippeleir in juni 2025 nam Johan Goossens, penningmeester van het bestuursorgaan, de leiding over als dagelijks bestuurder a.i. om het managementteam — bestaande uit hoofdredacteur Klaus Van Isacker, commercieel directeur Ineke Le Compte en HR-directeur Kristel De Wolf — te versterken. De selectieprocedure voor een nieuwe algemeen directeur werd bewust uitgesteld tot 2026 om het beleidsplanningsproces niet te doorkruisen.

Intussen werd gewerkt aan vernieuwde statuten en een intern reglement, als fundament voor een slagvaardiger en transparanter bestuur. Op 30 maart 2026 treedt het nieuwe bestuur aan, wat een nieuw hoofdstuk inluidt in de governance van BRUZZ.

De redactieraad werd in het najaar van 2024 opnieuw geactiveerd en kreeg in 2025 een vernieuwde werking, met een sterkere rol in de journalistieke kwaliteitsbewaking en de redactionele autonomie.

Financiële situatie en besparingsmaatregelen

BRUZZ staat voor een structurele financiële uitdaging. De aangekondigde verlaging van de werkingssubsidies van de Vlaamse Gemeenschap vanaf 2026, gecombineerd met dalende distributieinkomsten en een volatiele advertentiemarkt, noopten tot ingrijpende keuzes. In 2025 werden de contouren van een meerjarenbegroting uitgewerkt die de werking structureel gezond maakt binnen de verlaagde financiële enveloppe.

Concreet werden in de loop van 2025 meerdere besparingsrondes doorgevoerd. De grootste ingreep vond plaats op 7 november 2025, toen het bestuursorgaan een besparingsplan goedkeurde dat leidde tot het ontslag van vier medewerkers en een vermindering van freelance-opdrachten. Aanvullend werden ook eerder in het jaar al besparingen gerealiseerd. BRUZZ sloot 2025 af met 50 medewerkers, tegenover 57 bij de start van het jaar.

De salesinkomsten bedroegen 1.003.300 euro, iets onder het budget van 1.040.000 euro, mede door het uitblijven van een Brusselse regering en tijdelijke onderbezetting van het salesteam. De advertentiemarkt bleef structureel moeilijk door de dominantie van internationale platformen.

De financiële transparantie werd versterkt door de samenwerking met externe partner House of Support voor het financiële beheer, na het vertrek van de hoofdboekhouder eind 2024.

Personeel en organisatie

Ondanks de budgettaire druk bleef BRUZZ investeren in zijn mensen. Het opleidingsbudget werd niet aangetast: 194 deelnames aan opleidingen resulteerden in 1.345 opleidingsuren. De samenwerking met VRT in het kader van de 'vuurtorenwerking' bood een dertigtal medewerkers toegang tot kwalitatieve bijscholing. De eindredactierol werd uitgerold op elk mediakanaal, wat de journalistieke kwaliteit aantoonbaar verhoogde.

BRUZZ bleef inzetten op diversiteit, inclusie en representativiteit (DIR), met onder meer een stageproject gender en diversiteit, samenwerking met Hubbie voor inclusieve tewerkstelling en een breed netwerk van stages (19 stageplaatsen, bijna 200 begeleidingsweken).

De stijgende absentiecijfers — 541 ziektedagen in 2025 tegenover 462 in 2023 — worden als aandachtspunt erkend en krijgen opvolging via een welzijnsbevraging gepland voor het voorjaar van 2026.

Vooruitblik

2025 heeft de fundamenten gelegd voor een ingrijpende maar noodzakelijke transformatie. BRUZZ gaat 2026 in met een helder beleidsplan en een vernieuwd bestuur, en de ambitie om met minder middelen meer impact te realiseren — als het digitale stadsmerk dat Brussel duidt, verbindt en zichtbaar maakt.

Johan Goossens — Dagelijks Bestuurder

Strategische doelstellingen

Dit zijn de strategische doelstellingen van BRUZZ. Aan elke strategische doelstelling zijn een aantal operationele doelstellingen verbonden, over de verschillende departementen heen. Een verwijzing naar de strategische doelstellingen is, waar van toepassing, toegevoegd aan de operationele doelstellingen.

SD 1.

BRUZZ is een relevante, geloofwaardige en impactvolle mediaorganisatie die dé referentie voor Brussel-nieuws is. BRUZZ is redactioneel onafhankelijk

SD 2.

BRUZZ verhoogt de kwaliteit van het aanbod en stelt kwaliteit boven kwantiteit

SD 3.

BRUZZ is een maatschappelijk en verbindend project dat een verschil maakt in het dagelijkse leven van de Brusselaar en alle Brussel-gebruikers

SD 4.

BRUZZ ontwikkelt verder een ambitieuze en performante digitale strategie waarin er ruimte is voor experiment

SD 5.

BRUZZ stelt duurzaamheid centraal. BRUZZ is een voorbeeldorganisatie op het vlak van duurzame journalistiek en duurzame arbeidsrelaties. BRUZZ wil zijn ecologische voetafdruk maximaal beperken

Operationele doelstellingen

Redactie: terug naar de kern in een overgangsjaar

Na een bijzonder intens verkiezingsjaar in 2024, met twee grote stembusslagen, was 2025 voor BRUZZ een overgangsjaar. Niet het minst omdat een nieuw beleidsplan 2026-2030 moest geschreven worden, als basis voor een nieuw te onderhandelen beheersovereenkomst met de Vlaamse regering en de Vlaamse Gemeenschapscommissie.

Redactioneel bleef de politieke dynamiek dominant, met onder meer de verkiezingen in Sint-Joosten-Node en een aanslepende regeringsvorming. Maar tegelijk bood het jaar ruimte om opnieuw scherp te stellen waar BRUZZ voor staat: sterke, onafhankelijke journalistiek voor en over Brussel.

Na het hectische tempo van het jaar voordien keerde de redactie bewust terug naar de basis. De focus lag op kwaliteit, verdieping en relevantie. De redactie bleef de politieke actualiteit uiteraard op de voet volgen, maar bracht tegelijkertijd belangrijke dossiers en verbreedde de inhoudelijke mix.

Intern werden stappen gezet om de journalistieke werking verder te versterken. Een strakkere kwaliteitscontrole en scherpere redactionele processen verhoogden aanzienlijk het bereik en de impact van de output. Ook werd in januari 2025 op de radio de ER-rol (eindredactie) ingevoerd, een nieuwe redactionele functie die de coördinatie en inhoudelijke kwaliteit van de uitzendingen heeft verhoogd.

Tegelijk bleef BRUZZ zichtbaar en aanwezig in de stad. Met de vernieuwde BRUZZ-bus werd opnieuw de straat opgezocht, met publieke verschijningen op o.a. de 20 km door Brussel en op 11 juli. Daarmee onderstreepte BRUZZ zijn rol als stadsmidium dat niet alleen over Brussel bericht, maar er ook middenin staat.

O.D. 1. BRUZZ wil nog meer zichtbaar zijn in de stad en de stad moet zichtbaarder zijn op BRUZZ

S.D. 1, S.D.3

Crossmediale dossiers

In 2025 bleef BRUZZ in de eerste plaats elke dag meebewegen met de actualiteit van het moment. Tegelijk kozen we er bewust voor om naast die dagelijkse nieuwsreflex ook een aantal grote redactionele dossiers structureel op de radar te zetten. Voor die thema's namen we meer tijd en ruimte om verdieping, context en eigen verhalen te brengen, over alle beuken van de redactie heen: online, social media, magazine, televisie en radio. Sommige van die dossiers waren sterk gekoppeld aan een specifieke datum of timing, andere waren zo relevant dat we er doorheen het hele jaar blijvend aandacht aan besteedden. Op die manier combineerde BRUZZ actuele berichtgeving met duurzame, crossmediale journalistiek die verder kijkt dan de waan van de dag.

Brussel zonder regering

De moeizame Brusselse regeringsvorming is een uitgesproken lokaal verhaal met nationale en zelfs internationale impact. In 2025 was BRUZZ het enige medium dat dit dossier onafgebroken, consequent en verdiepend bleef opvolgen. Waar andere media piekmomenten brachten, koos BRUZZ voor volgehouden journalistiek die context, continuïteit en duiding bood en zo meermaals het verschil maakte.

Vanaf januari 2025 plaatste BRUZZ actieve tellers op de site: een die het aantal dagen zonder Brusselse regering bijhield, en een die het oplopende begrotingstekort visualiseerde. Beide tellers werden snel opgepikt en hergebruikt door nationale media. Ze groeiden uit tot referentiepunten in het publieke debat en maakten de politieke stilstand tastbaar voor een breed publiek.

Doorheen het jaar gaf BRUZZ het dossier ook een sterke visuele en redactionele identiteit, met drie opvallende magazinecovers:



Bij dag 541 — het symbolische ‘wereldrecord’ regeringsvorming — koos BRUZZ bewust voor een andere invalshoek. Waar nationale en internationale media focusten op falen en crisis, maakte BRUZZ het verschil door de veerkracht van Brussel centraal te zetten.

In een thematische week belichtte BRUZZ alles waarin het Gewest uitblinkt: film en series, mode, economie, toerisme en het sociale weefsel. Elk thema werd uitgewerkt via een tv-reportage en een online verhaal. Voor het sociale luik werd letterlijk aangebeld bij Brusselaars op huisnummer 541, met één eenvoudige vraag: wat maakt Brussel goed, mooi en verbindend? Die aanpak leverde brede en positieve feedback op, ook van nationale media.

Deze journalistieke keuze onderstreept de kern van lokale journalistiek: kritisch volgen, maar ook verbinden. BRUZZ toonde dat je een politieke impasse ernstig kan benoemen én tegelijk een stad in al haar kracht kan laten zien.



Dit was 2025

2025 was een jaar dat Brussel beroerde: van politieke blokkades tot nieuwe mobiliteitsknopen, van grote culturele openingen tot straatprotesten die het stadsweefsel onder druk zetten. Terwijl de hoofdstad zocht naar richting, deden Brusselaars wat ze altijd doen: voortbouwen, verbinden en verdergaan. Tijdens de kerstvakantie blikten we bij BRUZZ uitgebreid terug op de momenten die ons het meest troffen — in beeld, woord en klank.

Radio- en televisiepresentator Bram Van de Velde ontving in het iconische torentje van Flagey vijf gasten die het nieuws hebben meegemaakt vanop de eerste rij. KVS-directeur Michael De Cock beet de spits af en werd gevolgd door choreografe Anne Teresa De Keersmaeker, activiste Saddy Choua en pornoactrice Gigi Max. Tot slot wierp ook advocaat Sven Mary zijn blik op de Brusselse actualiteit.



Wapengeweld in Brussel

In 2025 volgde BRUZZ het dossier *Wapengeweld in Brussel* systematisch op en zette de redactie het op de kaart. Het wapengeweld in onze hoofdstad nam de afgelopen jaren significant toe, met regelmatige schiet- en steekpartijen verspreid over diverse wijken en buurtzones. Dit dossier brengt die evolutie in kaart, met concrete incidenten en onderliggende dynamieken zoals druggerelateerde conflicten, illegale wapenhandel en de impact op de leefwereld van bewoners.

BRUZZ verzamelde en duidde honderden berichtgevingen, getuigenissen en analyses die samen een coherent en doorlopend beeld vormen van wat er in de straten van Brussel gebeurt. Dat varieert van dagelijkse updates over gewelddadige incidenten tot diepgaande duiding over waarom zulke gewelddadige escalaties plaatsvinden, hoe justitie en politie reageren, en welke maatschappelijke zorgen er leven rond veiligheid en rechtshandhaving. We maakten de problematiek nog visueler aan de hand van een interactieve kaart: elke schietpartij werd op een kaart gezet met een tijdstip en aanduiding van aantal doden/gewonden. Zo hebben we – als één van de enige media – getoond hoe omvangrijk het probleem is en welke concrete effecten het heeft op buurtbewoners en het publieke debat.

Top 5 van meest bekeken dossiers

	titel	aantal artikels	pageviews dossier startpagina
1	Brussel zonder regering	431	2.747
2	Wapengeweld in Brussel	241	3.169
3	Metro 3	148	1.745
4	Beperking werkloosheidsuitkering	81	5.538
5	Molenbeek 2030	58	1.048

Herverkiezingen Sint-Joost

De herverkiezing in Sint-Joost-ten-Node was in 2025 een uitzonderlijk en historisch moment. Voor het eerst in de Belgische geschiedenis moesten gemeenteraadsverkiezingen er volledig worden overgedaan. BRUZZ beschouwde die dag dan ook als een sleutelmoment voor de lokale democratie in Brussel en volgde het gebeuren van 's ochtends vroeg tot de uiteindelijke aankondiging van burgemeester Emir Kir in het gemeentehuis.

Onze redactie was permanent aanwezig op het terrein. Via een liveblog brachten we de ontwikkelingen in realtime, aangevuld met voxpops en sfeerverslagen vanuit de stembureaus. We combineerden die directe verslaggeving met politieke analyse en extra nieuwsuitzendingen op tv en radio, zodat het publiek niet alleen wist wat er gebeurde, maar ook begreep wat er op het spel stond.

Met deze intensieve, crossmediale aanpak bevestigde BRUZZ zijn rol als referentiemedium voor Brusselse politiek. Op een dag die de lokale geschiedenis inging, zorgden wij voor volledige, genuanceerde en doorlopende verslaggeving — van de eerste stem tot de definitieve uitslag.



Beste verhalen

Sidonie krijgt dankzij BRUZZ nieuwe auto

Begin 2025 raakte Brussel geboeid door het aangrijpende verhaal van Sidonie Nkouette. Op oudejaarsnacht werd haar auto, geparkeerd op het Lemmensplein in Kuregem, door relschoppers in brand gestoken — een van tientallen voertuigen die vernield werden tijdens de woelige feestnacht. Voor Sidonie, die in 's Gravenbrakel woont en afhankelijk is van haar wagen om haar kinderen naar school en activiteiten te brengen, voelde het als een klap in het gezicht: de verzekering keerde niets uit omdat ze geen omniumdekking had.

BRUZZ bracht Sidonies verhaal — eerlijk, emotioneel en dichtbij — en dat raakte veel mensen. Haar getuigenis ging viraal en wakkerde in de samenleving een grote golf van verontwaardiging en solidariteit aan. Binnen enkele uren vloog een crowdfundingactie in recordtempo voorbij het beoogde bedrag van €10.000, en eindigde uiteindelijk op meer dan €25.700. Daarmee kon Sidonie een nieuwe auto kopen en kreeg ze haar mobiliteit en zelfstandigheid terug.

Het verhaal van Sidonie toont de kracht van lokale journalistiek: een persoonlijk verhaal dat niet alleen informeert, maar ook verbindt, raakt en positieve bewegingen op gang brengt. Het onderstreept hoe BRUZZ zijn publiek meeneemt in wat er écht gebeurt in de stad – met impact buiten de redactievloer.



Basisschool Balder: een school die België wakker schudde

In april 2025 bracht BRUZZ als eerste het schrijnende nieuws dat Basisschool Balder in Sint-Gillis zijn derde leerjaar moest sluiten wegens een nijpend lerarentekort. Door het gebrek aan leerkrachten stonden dertig leerlingen en hun ouders plots voor een onzekere zoektocht naar een nieuwe school — een pijnlijke illustratie van wat er misloopt in het onderwijs in Brussel.

Met heldere berichtgeving maakte BRUZZ de problematiek tastbaar. We spraken met ouders die worstelden om voor hun kinderen een haalbare oplossing te vinden en brachten de dagelijkse realiteit in Brusselse scholen onder de aandacht. Die aandacht ging verder dan nieuws alleen: de situatie van Balder werd een symbool van de structurele uitdagingen in het onderwijs.

Later in het jaar legde een vierdelige documentairereeks op VRT Canvas het verhaal van Balder en zijn leerlingen vast, en toonde van binnenuit hoe het lerarentekort impact heeft op de schoolwerking, het team en de leerlingen. De reportage bracht de problematiek nog bredere aandacht en zette het debat over onderwijs en kansen in Brussel stevig op de kaart.

Het verhaal van Balder benadrukt hoe lokaal nieuws landelijke relevantie kan krijgen en hoe journalisten en media samen maatschappelijke knelpunten zichtbaar maken. Het was een van de meest gedeelde en besproken thema's van 2025, met een blijvende impact op het publieke gesprek over onderwijs in onze hoofdstad.

BRUZZ-reporter Said in mini-Europa

Een van de leukste verhalen van 2025 voor BRUZZ zelf was toen BRUZZ-radioreporter Saïd Al-Haddad zijn eigen miniatuur-figuur kreeg in mini-Europa. Dat kreeg hij omdat hij al 20 jaar lang door de hoofdstad rijdt, op zoek naar verhalen. Hij kreeg een plek op de Grote Markt naast andere Belgische iconen als Stromae, Jean-Claude Van Damme en ruimtevaarder Dirk Frimout.



BRUZZ live vanuit de stad

Vlaamse feestdag

Op 11 juli viert Brussel de Vlaamse feestdag, en BRUZZ was er traditiegetrouw ook dit jaar de hele dag live bij. Van politieke toespraken tot activiteiten in de stad, we brachten het naar ons publiek via radio, tv, livestream én sociale media.

Het tv-journaal *BRUZZ 24* stond volledig in het teken van de Vlaamse feestdag, met een extra editie om 12.30 uur vanop de Grote Markt. In die uitzending spraken we onder meer met Vlaams-Brusselse politici Elke Van den Brandt (Groen) en Cielkje Van Achter (N-VA). Verder volgden we ook de politieke toespraken in het stadhuis.

De Vlaamse feestdag was de gelegenheid voor een primeur: BRUZZ zond voor het eerst opnieuw uit vanuit de vernieuwde BRUZZ-bus. Tussen 14u en 18u hoorde én zag je ons op het Muntplein, met elk uur een gast uit de politiek of cultuursector. Ook polsten we in de stad hoe het staat met 'het Brusselgevoel' van de Vlaming. Om 18u volgde een tweede, extra lange uitzending van *BRUZZ 24* op het Muntplein, met daarin onder meer verslaggeving over de receptie van de VGC-Raad.



Couleur Café

Wie BRUZZ zegt, zegt ook Couleur Café, hét stadsfestival dat de zomer aftrapt en waar de smeltkroes van onze stad een weekend lang samenkomt in het Ossegempark.

Op het Instagramaccount [@bruzzbe](#) gidste festivalreporter Alex je langs highlights zoals de Tenderdome, de lekkerste eetstandjes en de vernieuwde Green Stage. Ondertussen dook Ice-experte Lis op [@bruzzice](#) backstage voor babbeltjes met artiesten en dj's en zocht ze de leukste hotspots uit.

In een liveblog op [BRUZZ.be](#) kon je updates, nieuwtjes en sfeerbeelden zien. Onze concertreviews gaven een blik op de hoogtepunten en radiopresentator Gunnar deed er alles aan om de unieke Couleur Café-vibes te vatten in woord en geluid.

Zaterdag en zondag hoorde je vanaf 11 uur de beste livefragmenten van de avond ervoor via de Couleur Café Campingradio met presentatrice Manon. Ook na het weekend bleef je in de festivalstemming met een week lang livemuziek op BRUZZ radio. Op maandagavond werden in tien minuten de mooiste fragmenten van het festivalweekend samengevat.



Cultuur Kick-Off

Naast de vaste waarden zoals 11 juli en Couleur Café, blijft BRUZZ ook nadenken over hoe we andere belangrijke momenten in het jaar kunnen ondersteunen door aanwezig te zijn in de stad. Zo organiseerden we voor het eerst een 'Cultuur Kick-Off' in september om het nieuwe cultuurseizoen op gang te trappen. We parkeerden onze BRUZZ-bus op het Muntplein op Autoloze Zondag voor een live-uitzending met acteurs, theatermakers, muzikanten, regisseurs en andere makers uit de culturele wereld. Ook werd er een heuse aria gezongen op het dak van de BRUZZ-bus door sopraan Lisa Willems (in samenwerking met De Munt).



Brussel Helpt

Ook in 2025 werd ten voordele van een goed doel (deze keer de vzw Groot Eiland) de Grootste Spaghettislag ter Wereld georganiseerd. Het is de dag bij uitstek waarop de aanwezigheid van BRUZZ in de hele stad te voelen en te zien is. Onze reporters waren de hele dag op pad om op verschillende locaties de sfeer op te snuiven en de lekkerste spaghettisaus te proeven. Tussen 17u en 20u was de slotshow te volgen op BRUZZ.be, radio en tv. Iets voor 19 uur werd het ingezamelde bedrag bekendgemaakt. Daarvoor gingen we live naar BelMundo, waar de ploeg van Groot Eiland was verzameld.



PROJECTEN/PRODUCTIES IN 2025

- Couleur Café
- 20 km door Brussel
- Brussels Pride
- 11 juli - Vlaamse feestdag
- Autoloze zondag
- Cultuur kick-off
- Bar Chaud x BRUZZ Ice
- Show up for Humanity
- Brussel Helpt
- Dit was 2025: de eindejaarsgesprekken

Extra livestreams op BRUZZ.be in 2025

- [PS wil Brusselse regering via stemming in parlement, N-VA is niet akkoord](#)
29/01/2025
- [Gewestelijke veiligheidsraad: hotspotstrategie wordt verlengd met zes maanden](#)
11/02/2025
- [Informatieuren laten N-VA vallen voor CD&V: formatie gaat volgende week mogelijk van start](#)
14/03/2025
- [LIVE | Dit was Brussels Pride 2025](#)
17/05/2025
- [Herbeleef de 20 kilometer door Brussel: 'Volgend jaar mikken we op 50.000 deelnemers'](#)
25/05/2025
- [MR stelt beleidsverklaring voor: 'Andere partijen moeten nu kleur bekennen'](#)
28/05/2025

- [Politieagenten die Fabian aanreden, hadden zwaailichten en sirene niet aan](#)
11/06/2025
- [Volg hier persconferentie procureur des Konings Moinil over wapengeweld](#)
12/08/2025
- [De Gucht vernietigt voorstel Verougstraete: 'Respecteer Nederlandstalige meerderheid'](#)
2/09/2025
- [Kijk live | BRUZZ geeft startschot voor het cultuurseizoen](#)
21/09/2025

BRUZZ magazine capteert het stadsleven

In 2025 onderging ons *BRUZZ magazine* een transformatie. De redactie reserveert voortaan een volledige spread (vakjargon voor twee aaneensluitende pagina's) voor opinie en debat. Elke week krijgt een prominente stem, een expert in zijn veld, of een Brusselaar met een scherpe mening ruim de plaats om kritisch een fenomeen of een tendens in de hoofdstad tegen het licht te houden. De opinie verschijnt nadien ook online.

We introduceerden ook *Stadsleven*, een korte column waarbij de auteur in minder dan duizend tekens een fijne, grappige of schokkende anekdote vertelt over Brussel. Opmerkelijk: niet alleen de redacteuren van BRUZZ mogen die plek vullen, maar ook de lezer zelf. Die openheid zorgt voor een grotere verwevenheid tussen magazine en stad.

Jongeren krijgen een prominente plek in de metamorfose van het magazine. De reeks *De Slaapkamer* verdween na een dikke honderd edities en werd vervangen door *The Hang-out*, waarbij een straffe ket iedere week zijn of haar favoriete plaats in zijn wijk toont. Op die manier wordt de hoofdstad ontsloten via de blik, de leefwereld en de wijsheid van de jeugd.

Elk seizoen wisselt het magazine ook van vaste columnisten. In het eerste gedeelte van het jaar (januari-juli) was dat rapper Jazz Brak en La Morrigan, een jonge, Franstalige vrouw die als danseres in stripclubs optreedt en die op haar Instagrampagina het ware verhaal vertelt van sekswerk in Brussel. In het tweede gedeelte van het jaar (augustus-december) was dat de Brusselse actrice Amber Janssens, over wat een dertiger zagezegd allemaal moet weten in het leven, en Denis Goeman, rechter bij de Franstalige rechtbank van eerste aanleg in Brussel.

Met *City jobs*, een nieuwe vaste reeks die startte vanaf augustus, toont BRUZZ de mens achter typische en minder typische stadjobs in Brussel. Een kraanchauffeur, een croupier, een kinderverzorger, een straatveger... Met de reeks dringt BRUZZ nog dieper de samenleving in, en toont het beroepen die fundamenteel de samenleving vormen, maar die vaak afwezig blijven in de reguliere berichtgeving.

Ook nieuw sinds augustus: de spelletjespagina in het magazine. Elke week krijgt de lezer een rekenpuzzel, een fubuki en een woordzoeker voorgeschoteld. De spelletjes, gegenereerd door AI, zorgen voor een extra functionaliteit in het magazine, en charmeren vooral de pendelaars, die onderweg naar huis hun hoofd breken over de opdrachten. Met *Verborgene Brussel* krijgt de pagina ook een visuele uitbreiding, waarbij lezers een foto kunnen publiceren van een onbekend stukje Brussel.

De fotopagina 'In Beeld' krijgt een meer actuele invulling en moet zorgen voor een visuele ontsluiting van het nieuws. Gecombineerd met een 'telex'-systeem, waarbij kort nieuws uit de gemeentes de lezer op een snelle manier op de hoogte moet houden van de voorbije actualiteit.

#	Meest gelezen magazinestukken	pageviews
1	Pianist Jef Neve: 'Men denkt dat ik voor de mannen ben, zelfs mijn man gelooft dat'	35.631
2	Zij verliezen straks hun stempelgeld: 'Dit voelt als een trap richting armoede'	26.002
3	Onderwijsexpert Johan Dehandschutter over Balder: 'Was juf Tessa gebleven met een coach?'	24.977
4	Doelwit Brussel: moet de hoofdstad zich zorgen maken over aanvallen van Rusland?	20.284

5	Arts uit Sint-Gillis verkoopt ziektebriefjes aan de lopende band	17.966
6	Resto & Bar	17.606
7	Honderden tieners schuiven aan voor nieuwe snackbar in Jette	16.333
8	Waarom de onroerende voorheffing steeds meer pijn doet aan de portemonnee	15.961
9	Militaire industrie: 'Maak van Brussel een nieuwe defensiehub'	15.206
10	'Het Autosalon is een feest van plaatsvervangende schaamte voor een Audi-medewerker als ik'	(14.515

Eenvoudig Nederlands

In 2025 bleef BRUZZ inzetten op het versterken van het Nederlands in Brussel en het toegankelijk maken van Nederlandstalige content voor anders- en meertaligen, in samenwerking met het Huis van het Nederlands. Wekelijks werd minstens één artikel omgezet naar eenvoudig Nederlands, met vereenvoudigde zinsconstructies, heldere structuur en toegankelijke woordkeuze. Deze artikels werden gebundeld op een [aparte startpagina](#) die ook door lesgevers Nederlands kan worden ingezet in een educatieve context.

Daarnaast werd de bestaande aanpak verder uitgebreid. Naast het belangrijkste nieuws werden ook de reeksen *The Hang-out* en *De Slaapkamer* opgenomen binnen dit aanbod in eenvoudig Nederlands.

#	Top 10 meest gelezen artikels in Eenvoudig Nederlands	pageviews
1	Rommelmarkten, feest en muziek: dit kun je doen op Autoloze Zondag	2.709
2	Nieuwe kerststal op de Grote Markt zorgt voor veel discussie: 'Het is geen woke-kerststal'	2.443
3	Politie rijdt jongen van 11 dood in het park	2.141
4	Komt er een wapenfabriek op de oude Audi-site in Vorst?	1.466
5	In deze gemeentes wonen de meeste Nederlandstalige Brusselaars	1.352
6	Vlaamse regering investeert extra in Huis van het Nederlands	893
7	Vanaf januari stopt de uitkering voor mensen die al twintig jaar niet werken	880
8	Vlaamse regering geeft 20 miljoen euro minder aan Brussel	868
9	Tv-serie 'Putain' laat de harde wereld zien van de Brusselse jeugd	852
10	Brussel wordt steeds warmer: hoe houden we het koel in de stad?	743

O.D. 2. BRUZZ plaatst digitaal centraal

S.D. 3

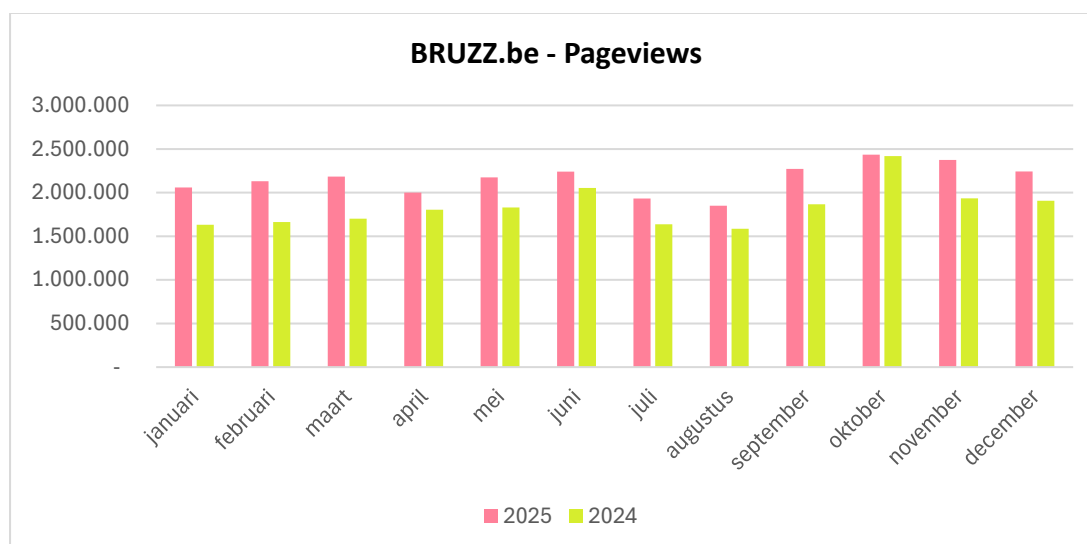
Website en app

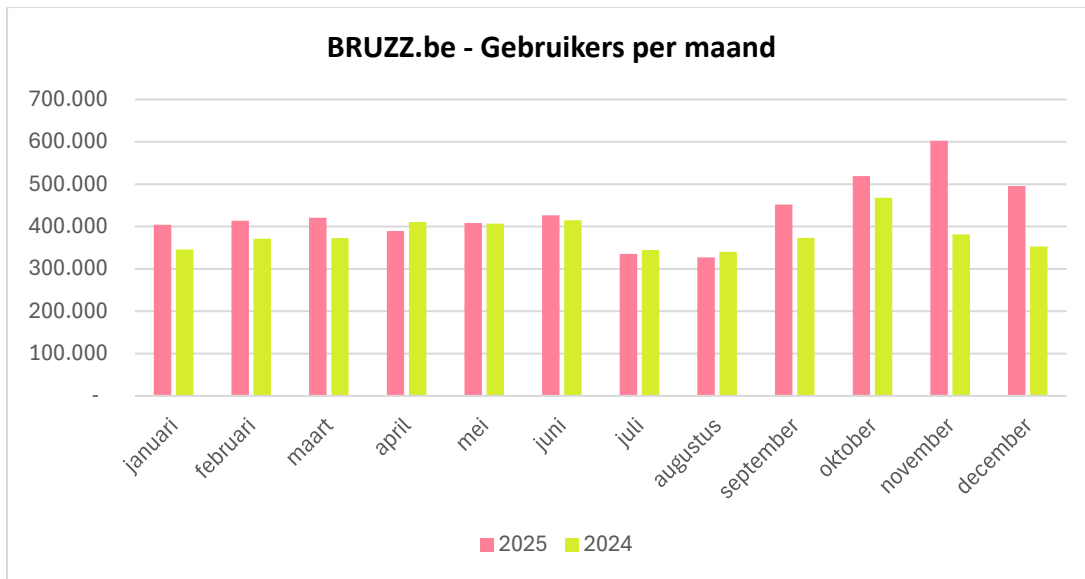
Het digitale ecosysteem van BRUZZ — met de website, app en sociale mediakanalen — vormt de kern van de werking. In januari 2024 werd de website volledig vernieuwd en in 2025 werd op deze basis verder gebouwd met de toevoeging van nieuwe functionaliteiten. Zo werd het radionieuws beter ontsloten, kreeg liveverslaggeving een meer geïntegreerde en gebruiksvriendelijke beleving, werd een vernieuwde podcaststrategie uitgerold en werd gestart met de uitbouw van eigen datajournalistiek.

De digitale platformen bieden niet alleen toegang tot het meest actuele nieuws, maar fungeren ook als motor voor diepgravende journalistiek die verder reikt dan de actualiteit van de dag. In het magazine, op televisie en in de radioprogramma's brengt BRUZZ achtergrondverhalen, reportages en analyses die aansluiten bij het nieuws dat gebruikers eerst op BRUZZ.be consulteren. Deze verdiepende content vindt vervolgens ook haar weg naar de website, die zo fungeert als centrale contenthub voor alle reportages en journalistieke producties van BRUZZ.

We zagen onze bezoekers in 2025 met 17,5 procent stijgen ten opzichte van het verkiezingsjaar 2024, dat al een goed jaar was. Ook qua bereik steeg het aantal pageviews met bijna 10 procent naar gemiddeld 2.158.256 pageviews per maand.

	2024	2025	Vershil
Pageviews	22.035.765	25.899.076	+17,53%
Unieke bezoekers	3.734.288	4.076.612	+9,71%



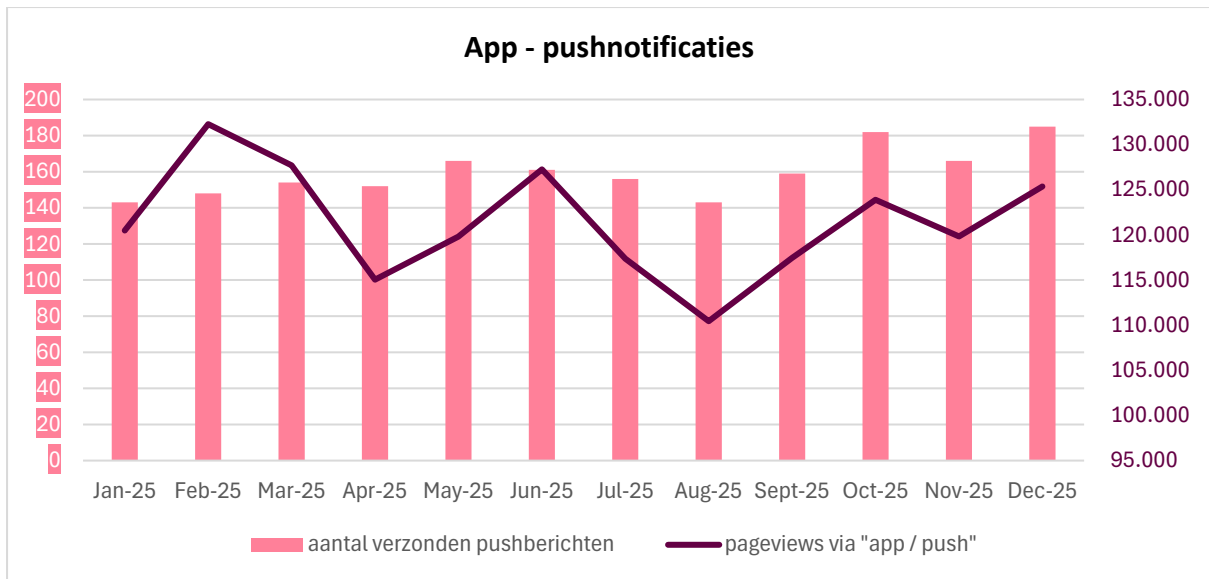


Pushberichten

In 2025 bleven pushberichten een essentieel onderdeel van de digitale strategie om gebruikers gericht naar onze content te leiden. Net als in de voorgaande jaren werd dit kanaal structureel ingezet voor zowel 'breaking' en belangrijk nieuws als voor de aankondiging en promotie van live-uitzendingen, de wekelijkse stelling, themadossiers en de mogelijkheid om *BRUZZ 24* te herbekijken.

Ten opzichte van het jaar voordien werd het aantal verzonden pushberichten met 13 procent verhoogd, wat resulteerde in een stijging van het aantal pageviews met 4 procent. Gemiddeld werden de berichten naar ongeveer 9.400 accounts verstuurd. Deze cijfers bevestigen de effectiviteit van pushnotificaties als direct en performant middel om bereik, betrokkenheid en doorstroming naar de digitale platformen te versterken.

Pushnotificaties (app-gebruikers)	2025	2024	verschil
verzonden berichten totaal	1.915	1.695	13%
pageviews via push notificaties totaal	1.456.912	1.400.463	4%



Rhetoric: Vraag van de week

In 2025 werd het gebruik van Rhetoric verder geïntensiveerd als instrument om het publiek debat op een kwalitatieve en gestructureerde manier te stimuleren rond door de redactie gekozen thema's. Wekelijks werd een nieuwe stelling vastgelegd tijdens de redactievergadering en digitaal gelanceerd via een poll op het platform. Deze werd bijkomend verspreid via pushnotificaties in de app, de nieuwsbrief en de sociale mediakanalen om maximale participatie te bevorderen.

De resultaten en meningen kregen een geïntegreerde plaats binnen de verschillende mediakanalen: op de radio kwamen luisteraars aan het woord om hun standpunt toe te lichten, terwijl het magazine de uitkomsten van de stelling bundelde in een vaste rubriek. Op die manier droeg Rhetoric bij aan een breed gedragen, interactief en redactioneel onderbouwd maatschappelijk debat.

In totaal werden in 2025 op die manier 46 stellingen aan onze lezers voorgelegd. De meest besproken stelling ging over het al dan niet deelnemen van Open VLD aan de Brusselse regering in maart 2025 met 292 inzendingen.

Rhetoric	2025	2024
Aantal vragen	46	12
Reacties	4.426	1.487
Gem reacties/vraag	96	124

Stelling	# reacties
1 Moet Open VLD in de Brusselse regering stappen zonder N-VA?	292
2 Ondervind jij geluidshinder van vliegtuigen als gevolg van de werken op de luchthaven?	286
3 Vind jij de MIVB nog een betrouwbare vervoerspartner?	221
4 Treedt de politie te hardhandig op tijdens betogingen?	182
5 Is Brussel een goede plek om je kinderen te laten opgroeien?	177

Meld nieuws

BRUZZ hecht een groot belang aan interactie met zijn publiek en wil een laagdrempelig medium zijn waar bezoekers eenvoudig nieuws uit hun stad kunnen melden. In 2024 werden daarom aanpassingen aan de website doorgevoerd, zodat tips vlot kunnen worden doorgestuurd via een webformulier of via WhatsApp. Ook in 2025 zetten we verder in op deze vorm van interactie met ons publiek.

Met de tips van onze surfers gaat de redactie actief aan de slag; artikels die voortkomen uit een tip worden als dusdanig vermeld, uit erkenning voor de melder en ter stimulering van verdere participatie.

Daarnaast beschikt elk artikel over een feedbackformulier waarmee lezers inhoudelijke of taalkundige opmerkingen kunnen doorgeven.

In 2025 werd intensief gebruikgemaakt van deze twee contactmogelijkheden: via het formulier 'Meld nieuws' ontvingen we 662 meldingen en via de feedbackknop 1.634 berichten, naast een beperkter aantal tips via WhatsApp.

Interactief	2025	2024
Lezersfeedback via formulier	1.634	1.603
Meld nieuws via formulier	662	730

Nieuwsbrieven

In 2025 bleven nieuwsbrieven — naast pushberichten — een belangrijk instrument om een loyaal publiek op te bouwen en regelmatig terugkerende bezoekers te stimuleren. Naast het aanbieden van gecureerde actualiteit kunnen nieuwsbrieven ook een rol spelen bij snelle en gerichte communicatie in het kader van 'breaking news'.

BRUZZ bood in 2025 vier nieuwsbrieven aan: BRUZZ Dag en Deze Week (actualiteit), Select (cultuur) en BRUZZKet (jongste doelgroep). Deze nieuwsbrieven beschikken over een trouw lezerspubliek en behalen een openingsratio van ongeveer 26%, waarbij BRUZZKet doorgaans nog hoger scoort. Daarmee blijft BRUZZ boven het marktgemiddelde en werd verder ingezet op de versterking van dit kanaal.

Conform het werkingsprogramma werd in 2025 bijkomend gewerkt aan een meer doelgerichte nieuwsbriefstrategie en werd de nieuwsbrief ook ingezet als promotioneel kanaal naast de dagelijkse nieuwsaanbieding, onder meer voor de BRUZZ-videoreeksen, het wekelijkse *BRUZZ magazine*, onze podcasts en themadossiers.

Om de instapdrempel te verlagen, werd het abonnementstraject vereenvoudigd. Bovendien werd de nieuwsbrief zichtbaarder gepromoot op de website via call-to-actionblokken en pop-ups, met als doel het bereik verder te vergroten en de relatie met de lezer te versterken.

Abonnees nieuwsbrieven	2025	2024	verschil
nieuwsbrief BRUZZ dag	12.330	13.088	-6%
nieuwsbrief BRUZZ week	14.012	14.873	-6%
nieuwsbrief BRUZZ Select (cultuur)	9.641	10.092	-4%
nieuwsbrief BRUZZKet	578	315	+83%

Engagement per nieuwsbrief

BRUZZ dag (gemiddeld)	2025	2024	verschil
open rate	27%	25%	2%
click through rate	29%	26%	3%

BRUZZ week (gemiddeld)	2025	2024	verschil
open rate	28%	25%	3%
click through rate	23%	23%	0%

BRUZZ Select (gemiddeld)	2025	2024	verschil
open rate	23%	20%	3%
click through rate	19%	17%	2%

BRUZZKet (gemiddeld)	2025	2024	verschil
open rate	45%	52%	-7%
click through rate	10%	12%	-2%

Een heldere podcaststrategie om BRUZZ als mediamerk op de kaart te zetten

Als crossmediaal mediahuis heeft BRUZZ alle troeven in handen om zijn podcasts uit te bouwen tot een nieuwe en volwaardige bron van Brussels nieuws en duiding. Waar BRUZZ-podcasts in het verleden vooral werden ingezet om bestaande content verder te verspreiden of om initiatieven uit de stad een platform te geven (zoals *Aljudhur* en *Gene Zever*), wilden we in 2025 een duidelijke volgende stap zetten. Onze podcasts moesten uitgroeien tot een stevigere pijler binnen onze mediakanalen waarbij herkenbaarheid en herhaling centraal staan.

BRUZZ-podcast In Brussel: een vaste pijler voor Brusselse actualiteit in 2025

In het voorjaar van 2025 lanceerden we een nieuwe podcast die voornamelijk actuedreven is en zich richt op een breder publiek. Daarbij was vooral belangrijk om onze podcasts beter uit te spelen via onze andere kanalen, met een focus op online, radio en sociale media.

In Brussel is een wekelijkse actualiteitspodcast waarin BRUZZ-journaliste Margot Otten telkens twee actuele verhalen uit de stad belicht. In elke aflevering worden thema's uit Brussel — politiek, economie, cultuur, mobiliteit en sociaal leven — op een heldere en laagdrempelige manier uitgelegd, met duiding en gesprekken met experts. De focus ligt op wat er écht speelt in de hoofdstad, zonder zware analyses maar steeds met journalistieke context die luisteraars helpt begrijpen waarom Brussel beweegt zoals het doet.

Voor BRUZZ is het een logische manier om mensen te bereiken via verschillende kanalen en podcasts vormen daarin een groeiende, flexibele manier om dichterbij het luisterpubliek te staan. De rol van BRUZZ-experten is hierin cruciaal om de herkenbaarheid en het vertrouwen bij luisteraars te

vergroten. Om een trouw en stabiel luisterpubliek op te bouwen, mikken we op een wekelijkse of tweewekelijkse afleveringscyclus.



In de eerste reeks afleveringen behandelt *In Brussel* uiteenlopende onderwerpen: van het Brusselse lerarentekort en de impact van festivals op de stad, tot de uitdagingen rond politieke impasses en lokale mobiliteit — telkens via twee goedgekozen verhalen die inzicht geven in wat leeft bij Brusselaars.

Met *In Brussel* versterkt BRUZZ zijn positie als mediabron die niet alleen informeert, maar ook duiding biedt — en loopt het medium verder vooruit op de evoluerende manieren waarop mensen nieuws consumeren.

	In Brussel #2: Waarom Molenbeek in 2030 culturele hoofdstad van Europa kan zijn 17/09/2025 07.00u		In Brussel #1: Hoe zitten de Gazaprotesten verweven in de stad? 10/09/2025 06.50u
	In Brussel #9: Wat zegt de line-up van Couleur Café over de muzikscene in onze stad? 25/06/2025 06.00u		In Brussel #8: Hoe hittebestendig is onze stad? 18/06/2025 06.00u
	In Brussel #7: De vertrouwensbreuk met de politie na de dood van Fabian 11/06/2025 06.00u		In Brussel #6: Met Dorian de Meeûs en Steven Van Garsse over het gewest zonder regering 04/06/2025 06.00u
	In Brussel #5: Openluchtzwemmen in de stad en de winnaar van de 20 km 28/05/2025 06.00u		In Brussel #4: De succesformule van voetbalclub Union en de toekomst van museum Kanal 21/05/2025 06.00u
	In Brussel #3: De eerste Dyke March en de pianostemmer van de Koningin Elisabethwedstrijd 14/05/2025 06.00u		In Brussel #2: het nieuwe hooliganisme na het bekegeweld 07/05/2025 06.00u
	In Brussel #1: lerarentekort en volksverhuizing naar Horst 29/04/2025 18.41u		

Podcast <i>In Brussel</i>	#
Downloads via podcast-apps totaal	8.870
Pageviews op BRUZZ.be totaal	10.912

bron: *Spreaker*

Top 5 afleveringen 'In Brussel'

	Titel van de aflevering uit 'In Brussel'	# downloads
1	Het lerarentekort en de volksverhuizing naar Horst	894
2	Het nieuwe hooliganisme na het bekegeweld en 30 jaar KFDD	620
3	De succesformule van voetbalclub Union en de toekomst van museum KANAL	469
4	Met Dorian de Meeûs en Steven Van Garsse over het gewest zonder regering	457
5	Na de dood van Fabian, de vertrouwensbreuk met de politie en lichtzoekers	437

bron: *Spreaker*

Social Media

Nauw verweven met de online redactie zijn de socialemediakanalen van BRUZZ (Facebook, X, Instagram, YouTube en TikTok). Het BRUZZ-socialmediateam speelt een cruciale rol in het vertalen van de waardevolle content die online verschijnt naar heldere en herkenbare formats, aangepast aan het doelpubliek van elk sociaal medium. Tegelijk houden de sociale media van BRUZZ ons een spiegel voor van wat er online leeft in de stad en helpen ze ons nieuwe trends en persoonlijkheden te ontdekken.

Wat was er nieuw in 2025?

Social wordt vanaf dit jaar gezien als een op zichzelf staande redactie die eigen content maakt. Niet langer enkel een 'uithangbord' voor wat we maken met tv, magazine, radio, etc. Dit werpt duidelijk zijn vruchten af als je kijkt naar de stijging van het aantal volgers.

- Explainers: elke week leggen we in een korte video een actueel thema uit.



- Rubriek *Community*: elke week gaan we op bezoek bij een Brusselaar uit de lokale community



- Social reporters op events: Pride, 20 Kilometer door Brussel, Couleur Café, Brussel Helpt...



- Voxpops: we vragen Brusselaars op straat om hun mening over actuele thema's



Meest bekeken posts en video's

BRUZZ Instagram:



- Adem: 393.400 weergaven / 13.078 likes
- Grootouders: 321.100 weergaven / 9.381 likes

BRUZZ Ice Instagram:



- Zwangere Guy: 332.800 weergaven / 2.345 likes
- Axelle Red: 148.700 weergaven / 1.142 likes

BRUZZ TikTok:



- Big City – Simonis: 34.200 views
- Eat & Drink – DIY Hotpot: 30.800 views

Uitgelicht

BRUZZ Awards: ook in 2025 lieten we onze volgers stemmen op 5 categorieën. De winnaars werden dit jaar beloond met een eigen kader om op te hangen.



Kanalen en cijfers

Kanaal	Volgers eind 2025 (+ stijging t.o.v. eind 2024)	Interacties	Views
Facebook BRUZZ	80.670 (+2.608)	400.613	41.571.621
Instagram BRUZZ	64.550 (+12.210)	411.485	22.866.264
Instagram BRUZZ Ice	13.052 (+3.801)	83.015	4.783.228
TikTok BRUZZ	24.253 (+533)	55.341	1.600.000
YouTube BRUZZ	6.144 (+983)	Niet van toepassing	328.008
Whatsapp BRUZZ	3.966 (+1.529)	Niet beschikbaar	Niet beschikbaar

In 2025 beheerde het social team van BRUZZ zes sociale mediakanalen. Mediakanalen zoals X, Bluesky en Mastodon worden automatisch beheerd (artikels worden automatisch geplaatst) of manueel door de nieuwsmanager.

We maken een onderscheid tussen enerzijds de kanalen waarop bestaande content wordt gedeeld:

- Facebook
 - o Elk artikel dat op de website verschijnt, wordt ook op Facebook gedeeld
 - o Elke dag verschijnen er ook 2 à 3 reportages uit *BRUZZ 24* op Facebook
- YouTube
 - o Elke week verschijnen er 2 à 3 reportages uit *BRUZZ 24* op YouTube
 - o Sinds kort delen we ook de explainers als YouTube Shorts
- WhatsApp
 - o Elke dag worden er 3 artikels gedeeld op Whatsapp

En anderzijds de kanalen waarvoor de social redactie zelf content maakt:

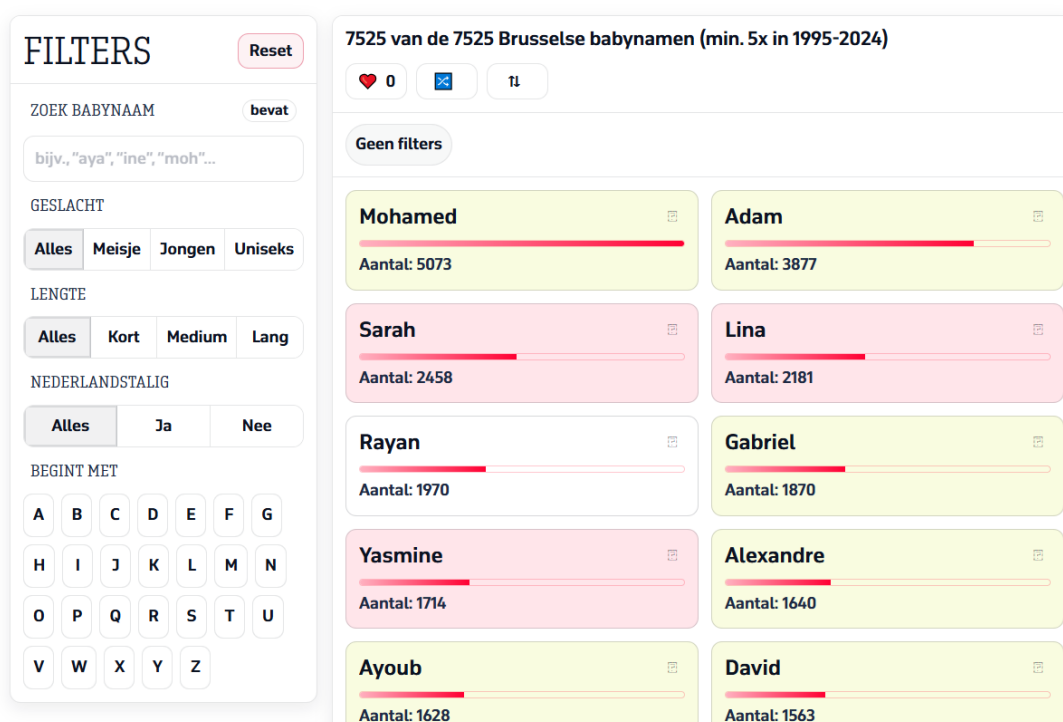
- Instagram BRUZZ
 - o Elke dag verschijnen er 2 à 3 posts
- Instagram BRUZZ Ice
 - o Elke dag verschijnt er 1 post
- TikTok BRUZZ
 - o Elke week verschijnen er 2 à 3 video's

Datajournalistiek

BRUZZ heeft in 2025 de eerste stappen gezet in het integreren van datajournalistiek als essentieel onderdeel van zijn journalistieke repertoire, met nieuwsverhalen die via interactieve kaarten, grafieken en visuele weergaven op een toegankelijke manier inzicht geven in complexe feiten en contexten. Met de aanwerving van een datajournalist trekken we de kaart van het zogenaamde *investigative data journalism* – een vorm van onderzoeksjournalistiek waarbij data-analyse en diepgang centraal staan. Dit gaat verder dan het visualiseren van data: het betekent data gebruiken om verborgen patronen, structurele problemen of systemische kwesties bloot te leggen en zo verhalen met impact te vertellen die voortkomen uit de data zelf.

Dit is een natuurlijke voortzetting van onze aanpak om nieuws visueel aantrekkelijk te maken, en tegelijk een ambitieuze stap vooruit in de manier waarop BRUZZ verhalen zoekt, ontdekt en vertelt voor een breed en publiek. Daarnaast kiezen we ook duidelijk voor interactie waarbij we onze gebruikers uitdagen om te scrollen, klikken, kijken... Naar datagedreven visualisaties zoals kaarten, tellers, grafieken. Zie voorbeelden hieronder.

BRUZZ Babynamenkiezer



Een eigen Brusselse babynamenkiezer – op basis van een analyse van ruim 2000 namen van bijna 300.000 Brusselse baby's, geboren tussen 1995 en 2024.

Interactief

Van stembus tot stilstand: een visualisatie

Eleanor Denneman, Steven Van Garsse © BRUZZ 07/06/2025 11.12u Updated: 09/06/2025 07.21u

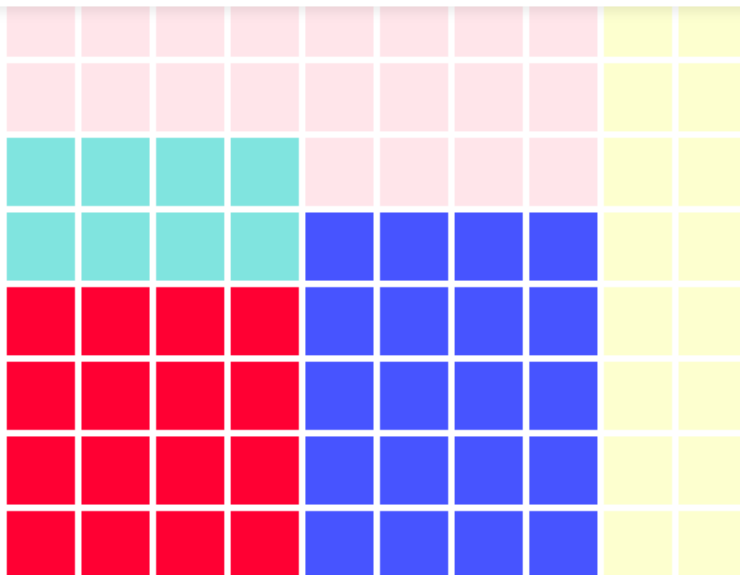
Delen: [f](#) [X](#) [✉](#) [🕒](#) [🐦](#) [🔗](#)

Een jaar geleden trokken we naar de stembus, maar we wachten nog altijd op een Brusselse regering. Wat is er afgelopen jaar wél gebeurd? Welke scenario's lagen op tafel? Welke pogingen zijn er ondernomen? BRUZZ loodst je stap per stap door de politieke impasse.

Scroll door één jaar zonder regering:

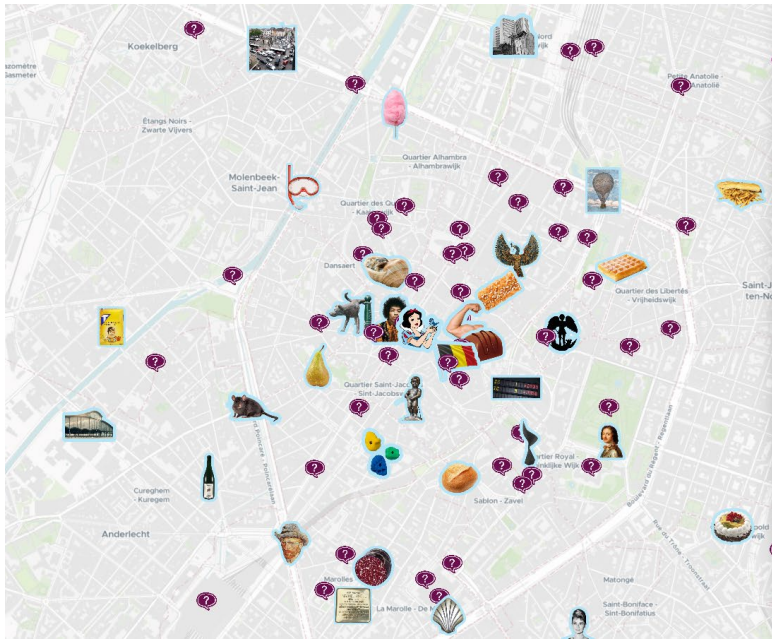
JUNI 2024 — 0 MND NA VERKIEZINGEN

De Franstaligen komen al snel met een voorstel: MR, PS en Les Engagés



ruime FR meerderheid

Scrollytelling van de Brusselse formatie

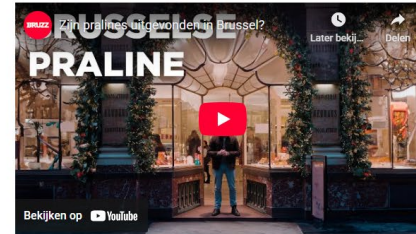


Interactieve kaart van Big City

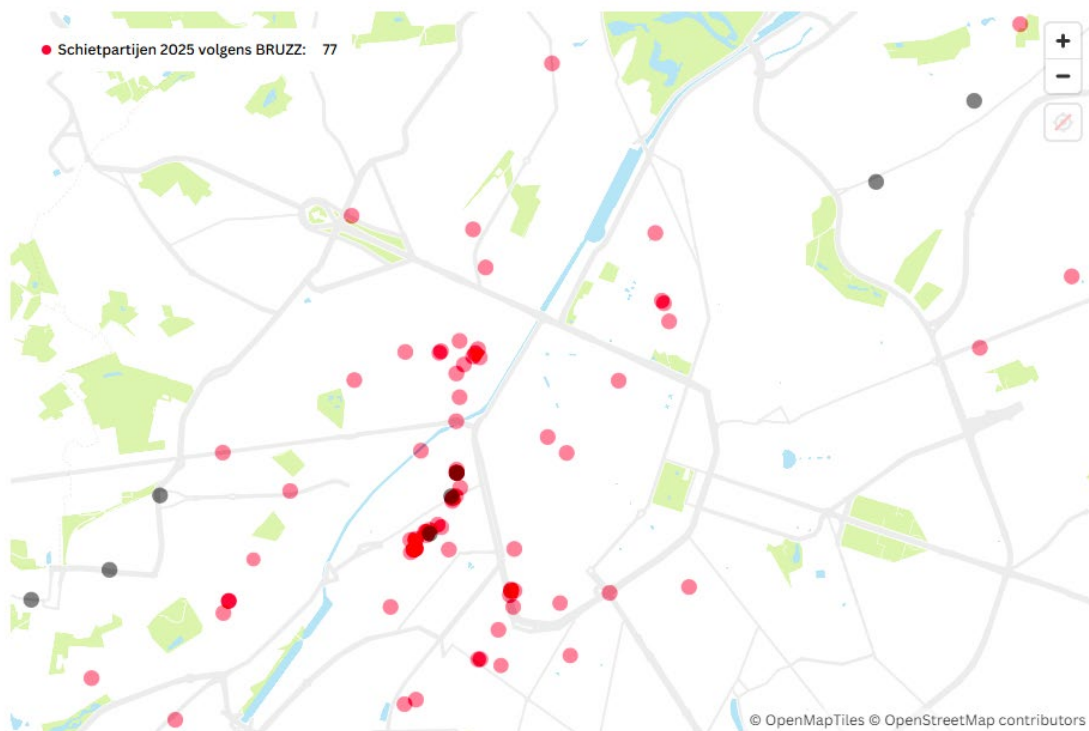
Zijn pralines uitgevonden in Brussel?

België en chocolade, dat is een mariage parfait. Ons land telt 13 chocoladefabrikanten en -winkels per 100.000 inwoners en is na Duitsland de grootste exporteur van chocolade. Chocolade mag dan Belgisch zijn, de praline is wel degelijk een Brusselse uitvinding.

[Lees verder op BRUZZ](#) of bekijk de video:



Publicatie: 14-12-2023
Inhoud kan verouderd zijn.



JAN FEB MAR APR MAY JUN JUL AUG SEP OCT NOV DEC JAN

Pauezer de kaart (rode ronde knop) en klik op een punt voor meer informatie.

Zwarte punten geven dodelijke schietpartijen weer. De definitie van de Federale Politie voor een schietpartij: "incidenten op de openbare weg of op een vrij toegankelijke plaats waarbij meerdere schoten worden gelost en/of waarbij iemand gewond raakt of overlijdt door het gebruik van een vuurwapen." De meeste schietpartijen zijn gelinkt aan het drugsmilieu, maar niet allemaal. Als de exacte locatie niet bekend is, wordt een geschatte positie getoond. Let op:

Schietpartijen in kaart gebracht

O.D. 3. Binnen het eengemaakte merk voert BRUZZ labels in die de gebruiker centraal stellen

S.D. 1, S.D. 2

BRUZZKet

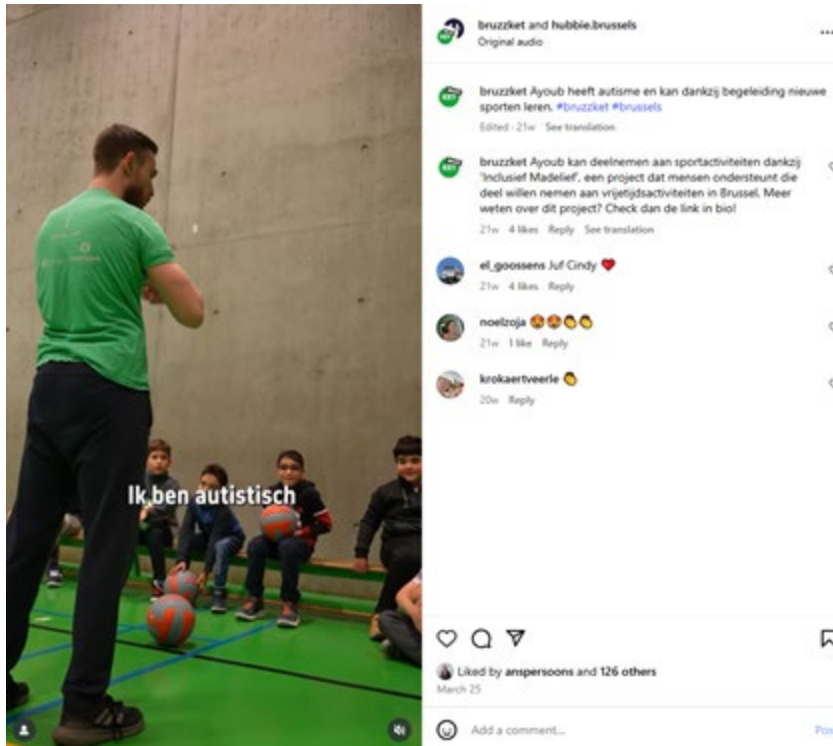
BRUZZKet is het digitale kinder- en jongerenplatform voor Nederlandkundige, Brusselse jongeren tussen 9 en 13 jaar. Het jongerenplatform zag in 2018 het levenslicht dankzij de steun van de Vlaamse Gemeenschapscommissie. De eerste jaren werd vooral gewerkt aan de aanwezigheid op de website BRUZZKet.be. De afgelopen jaren is die focus verschoven naar de kanalen die jongeren veel gebruiken: sociale media. De website blijft echter belangrijk als platform waar leerkrachten alles terugvinden en waar kinderen extra informatie kunnen vinden.

In 2024 kenden we al een mooie groei op TikTok en Instagram. Maar in 2025 was de groei nog exponentiëler. Tegen het einde van het jaar bereikten we ruim 10.000 kinderen, Brusselaars, leerkrachten en volgers via Instagram. Ook op TikTok is de groei duidelijk zicht- en voelbaar.

De Slaapkamer wordt The Hang Out

In de reeks *De Slaapkamer* bezocht BRUZZ wekelijks een Brussels ketje in zijn slaapkamer waar we met hem/haar praten over zijn/haar dromen, de stad, school en vrienden. Ondanks dat de rubriek het zeer goed deed (zowel online als op social) vonden we het tijd om de reeks te herdenken. We wilden uit het strakke kader van een slaapkamer breken (letterlijk en figuurlijk) door de stad in te trekken. In een nieuwe reeks *The hang-out* peilen we naar wat er leeft bij de Brusselse jeugd. Wat kenmerkt hun denken en gevoelens, wat kenmerkt hun leefwereld? Net zoals bij *De Slaapkamer* streven we naar een zo divers mogelijke afspiegeling van de Brusselse realiteit, zowel qua leeftijd, geslacht als qua sociaal-culturele en sociaaleconomische achtergrond. Bovendien – door de stad in te trekken – tonen we Brussel door de ogen van de jeugd: waar voelen jongeren zich thuis in de grootstad? Welke plekken oefenen een grote aantrekkingskracht uit, en hoe bepalen die hun identiteit? De reeks krijgt zowel een social invulling via Instagram als in het wekelijkse BRUZZ-magazine.





BRUZZKet.be website	2025	2024	verschil
gem. users/maand	2.198	3.238	-26%
gem. pageviews/maand	6.819	9.194	-26%

Bron: GA4

BRUZZKet social media	Eind 2025	Eind 2024	verschil
Instagram-volgers	9.845	7.721	+28%
TikTok-volgers	6.891	4.992	+38%
YouTube-volgers	711	532	+34%

BRUZZ Select

BRUZZ Select bleef in 2025 een vaste gids in het rijke culturele aanbod van Brussel. Niet alleen in het weekblad, op BRUZZ radio en BRUZZ tv, maar ook via de maandelijkse Select-specials in het magazine kreeg cultuur een prominente plaats. Net als in de voorgaande jaren focuste BRUZZ Select zowel op grote namen en exposities in de belangrijkste cultuurhuizen van de stad, als op opkomende artiesten – dansers, zangers, fotografen, schilders en schrijvers – die mee de toekomst van de Brusselse cultuur bepalen. In die signaalfunctie, en in de aandacht voor de diversiteit onder kunstenaars, bleef BRUZZ Select een unieke positie innemen in het Brusselse medialandschap.

BRUZZ Select was bovendien meer dan een gids alleen. Het maandblad groeide verder uit tot een journalistiek product dat dieper graaft naar de betekenis van cultuur in de samenleving. Het culturele aanbod fungeerde daarbij als venster op de stad en de wereld, en bood ruimte voor reflectie, context en verhalen. Door de eigen redacteurs nadrukkelijk een stem te geven – onder meer via persoonlijke tips en columns – kreeg het magazine een herkenbare, persoonlijke toon en werd ook de expertise binnen de redactie zichtbaar gemaakt.

Vanaf 2026 verdwijnt het label Select en stopt ook het maandelijkse magazine in zijn huidige vorm. Dat betekent echter geenszins dat cultuur uit beeld verdwijnt. Integendeel: Brussel blijft een stad die cultuurverhalen nodig heeft, en mensen die ze willen horen. Ook wanneer een bladzijde wordt omgeslagen, vindt cultuur nieuwe vormen. BRUZZ blijft daarom ruimte maken voor culturele verhalen en zal nieuwe vensters openen om kunstenaars en hun werk zichtbaar te maken – zoals kunstenaars zelf telkens weer nieuwe manieren vinden om hun verhaal te vertellen.

#	Meest gelezen artikels uit BRUZZ Select	views
1	Pianist Jef Neve: 'Men denkt dat ik voor de mannen ben, zelfs mijn man gelooft dat'	35.631
2	Nationale feestdag: dit valt er allemaal te beleven in Brussel op 20 en 21 juli	18.210
3	Hippe sneakerwinkel sluit definitief de deuren: 'Nike heeft veel kapotgemaakt'	15.436
4	Muzikant Bent Van Looy: 'Mensen zijn verbaasd dat ik geen vegetariër zonder rijbewijs ben'	15.094
5	Gezien: fans staan vanaf 05.00 uur aan te schuiven voor eerste Douglas-winkel in Brussel	14.056
6	Brusselse pornoactrice Gigi Max wint sectorprijs: 'Pornoseks is geen goede seks'	13.701
7	Zanger Johan Verminnen: 'Brussel kan nog steeds verbinden'	10.351
8	Fred again in Gare Maritime in amper 13 minuten uitverkocht	9.326
9	Brusselaar Pierre Gervais breekt door: 'Ik ben ambitieus, maar niet ten koste van alles'	9.212
10	Fred Again houdt 'exclusieve rave' in Gare Maritime op 10 oktober	8.464

Bron: GA4

BRUZZ Ice

Het mediumoverschrijdende label BRUZZ Ice, dat in 2022 werd gelanceerd, bleef ook in 2025 sterk inzetten op een jong en digitaal publiek. Omdat de doelgroep die we willen bereiken zich in de eerste plaats op sociale media bevindt, werd de aanwezigheid van Ice op die platformen verder uitgebouwd. Door de frequentie van posts te verhogen en tegelijk meer te investeren in eigen, op maat gemaakte content, kende het kanaal opnieuw een sterke groei.

Die evolutie vertaalt zich ook duidelijk in de cijfers. De Instagrampagina van BRUZZ Ice groeide naar 13.052 volgers in 2025. Daarmee bevestigt Ice zijn positie als een belangrijk kanaal om jongeren te bereiken en te betrekken bij het stedelijke culturele leven van Brussel.

In 2025 werd bovendien nog sterker ingezet op eigen content, en minder op de vertaling van materiaal van de andere BRUZZ-kanalen. Ice ontwikkelde meer formats die specifiek voor sociale media gemaakt zijn en rechtstreeks inspelen op de leefwereld van het jonge Brusselse publiek. Zo werd onder meer de reeks 'BRUZZ Ice Community' gelanceerd. Brussel bruist van talent en creatieve individuen die samen de lokale community vormen, en met deze reeks wil Ice dat netwerk van artiesten, makers en initiatiefnemers zichtbaar maken. Daarnaast blijven eigen formats een belangrijke rol spelen. Een goed voorbeeld zijn de wekelijkse partytips, die elke vrijdag eerst op sociale media verschijnen en nadien ook online een vertaling krijgen. Zo maken jongeren op een toegankelijke manier kennis met het bruisende nacht- en cultuuraanbod van de stad – een essentieel onderdeel van de grootstedelijke cultuur die BRUZZ Ice wil tonen.

In 2026 wordt er gewerkt aan een nieuw plan dat de rol van Ice binnen het BRUZZ-ecosysteem kan versterken. Daarbij wordt onder meer gekeken naar mogelijke samenwerkingen met externe partners binnen de grootstedelijke jongerencultuur, nightlife en muziek.

BRUZZ Ice op Instagram	Aantal volgers
2023	5.913
2024	9.251
2025	13.052

O.D. 4. BRUZZ wil er elke dag staan. Zeven dagen per week

S.D. 2

Smartphone journalism & weekendwerking

Zichtbaar en aanwezig zijn in de stad betekent ook dat we nieuws snel kunnen oppikken en beeldmateriaal zonder veel omwegen beschikbaar maken op onze website. Ook in 2025 bleven we inzetten om nieuws te coveren en online te brengen zonder telkens de volledige televisiemontageketen te moeten doorlopen.

In het weekend – en soms in de week – gingen onze journalisten uitgerust met een kwaliteitsvolle smartphoneset, het terrein op. Ze maakten beeldmateriaal, monteerden zelf ter plaatse en stuurden door naar de nieuwswebsite. Deze manier van werken is vooral efficiënt voor het snel publiceren van korte fragmenten, zoals ruwe beelden, korte quotes of sfeerbeelden, maar ook voor korte montages van een tweetal minuten.

Zoals bijvoorbeeld het plaatsen van een nieuwe [voetgangersbrug aan het Saincteletteplein](#) op een vroege zaterdagochtend in september. Gefilmd rond 8u, ter plaatse gemonteerd op de smartphone en onmiddellijk gepubliceerd.



Afhankelijk van het onderwerp maken we de keuze om in weekends al dan niet beelden te maken met een smartphone of een grotere camera. Voor iets minder urgent nieuws draait een reporter met een FX3-camera, wat iets meer mogelijkheden biedt qua beeld en geluid. Zo was er de reportage over enkele rusthuisbewoners die werden uitgenodigd op een wedstrijd van voetbalclub RWDM. Hier werd een volwaardige reportage van gemonteerd die ook na het weekend nog mee kon in het tv-journaal.

Live radio

BRUZZ radio zet 100 procent in op de spitsblokken, 's morgens van 7u tot 10 met Lilith Geeraerts, in de namiddag van 16u tot 19u met Gunnar Cheyns. De ochtendshow programmeert breed, met ruimte voor actualiteit, cultuur en sociologische fenomenen. In de namiddag trekken we de kaart van de muziek, lokale artiesten, een cultuuragenda, kleinere en persoonlijke verhalen van Brusselse makers.

Zo vaak mogelijk zijn we er live bij, met een vliegende reporter op de plaats van een event. Bijvoorbeeld de bekendmaking van de beste garnaalkroket van Brussel.

De radio is ook de trekker van enkele crossmediale projecten binnen BRUZZ, bijvoorbeeld met de *Week van de Belgische Muziek*. De content, primair voor en op de radio gemaakt, krijgt dan afgeleiden op BRUZZ.be en onze sociale media.

De radio is ook het medium bij uitstek om organisatie en bedrijven die binnen Brussel actief zijn een forum te geven. Dat doen we elke werkdag van 10 tot 12 in het programma *D'Office*, een muziekprogramma waarin een Brusselse vereniging of bedrijf de platen mag kiezen.

O.D. 5. BRUZZ wordt meer dan ooit de referentie voor Brussel

S.D. 1, S.D.3

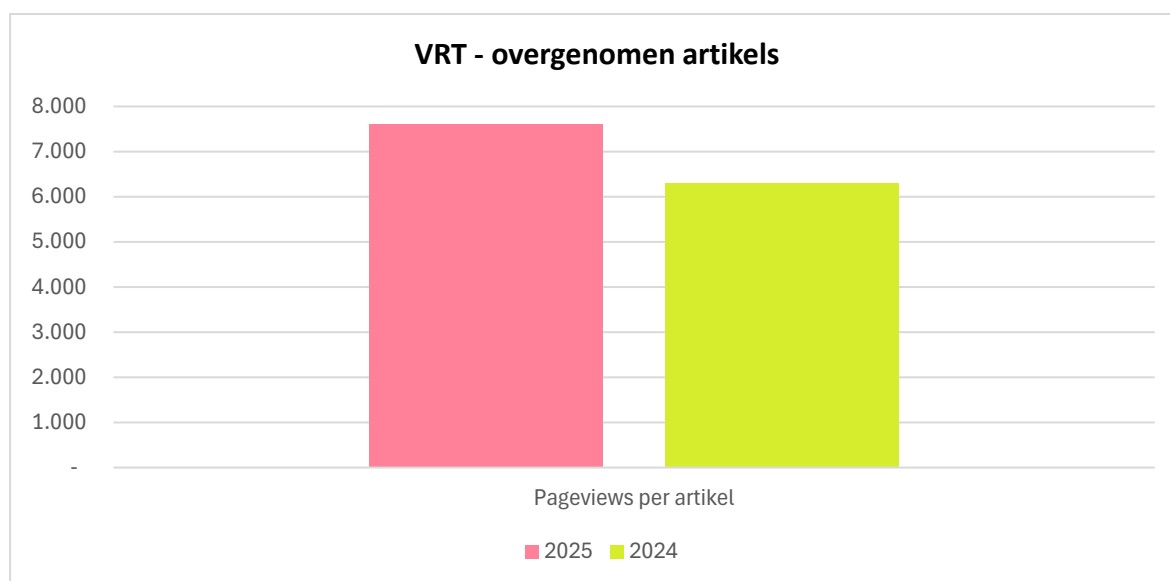
BRUZZ als partner van VRT

In 2025 werd de samenwerking tussen BRUZZ en de VRT verder verdiept, in het kader van de positionering van BRUZZ als Brusselse partner van de openbare omroep. De redactie van VRT NWS selecteert autonoom artikels uit het aanbod van BRUZZ en trekt deze binnen in het eigen CMS. Gemiddeld worden maandelijks 58 artikels overgenomen. Daarbij worden BRUZZ en de betrokken auteur steeds correct vermeld. Sinds het najaar wordt onder elk overgenomen artikel op vrtnws.be bovendien een gerichte verwijzing geplaatst naar de BRUZZ-website voor meer nieuws uit Brussel.

De samenwerking verloopt vlot en wordt ondersteund door maandelijks overleg. Ze resulteert in een ruimer bereik voor de Brusselse berichtgeving via de VRT-platformen en genereert bijkomend verkeer naar de BRUZZ-site. Daarnaast leidt de structurele uitwisseling ertoe dat BRUZZ-redacteuren vaker als experts optreden in de nieuwsuitzendingen van de VRT en dat de interesse in BRUZZ-beeldmateriaal toeneemt.

Ook op distributievlak werden stappen gezet. *De week van BRUZZ* kreeg een plaats op VRT MAX, met de ambitie om ook opvolgende formats daar onder te brengen. Voor *BRUZZ 24* loopt het overleg verder. Op Auvio, het digitale platform van RTBF, wordt *BRUZZ 24* reeds aangeboden.

Overgenomen door VRTNWS	2025	2024
Aantal artikels (totaal)	696	768
Gem. aantal artikels/maand	58	64
Pageviews totaal	5.300.330	4.844.556
Pageviews per maand	441.694	403.713
Pageviews per artikel	7.615	6.308



Kwaliteitsverhoging en -bewaking

BRUZZ kiest voor een dagelijkse focus die over meerdere kanalen wordt uitgewerkt. Zo stemmen we het journalistieke werk zo goed mogelijk op elkaar af en vermijden we dubbel werk. Door die heldere focus, een duidelijkere bepaling van de formats en van de beoogde doelgroepen van de verschillende platformen, leveren we kwalitatief werk af.

De redactie concentreert zich in hoofdzaak op het uitwerken van eigen nieuws en verhalen. We verkiezen kwaliteit boven kwantiteit. Er is uitdrukkelijk gekozen om elke dag een eindredacteur in te schakelen voor online, waardoor de kwaliteit van de berichtgeving sindsdien stelselmatig vooruit is gegaan. Daarnaast werd het op de website mogelijk gemaakt om fouten te melden aan de redactie, zodat die snel kunnen worden rechtgezet. Dezelfde filosofie trekken we nu door naar radio en tv, waar telkens via een nieuwe eindredactiestructuur de lat hoger wordt gelegd. De hoofdredactie en de teamleads waken mee over die kwaliteit. Via zowel formele als informele feedbackmomenten stimuleren zij de redacteurs om kritisch te blijven en de journalistieke lat hoog te leggen.

BRUZZ dingt mee naar gerenommeerde persprijzen

‘Big City – jouw vraag over Brussel’ genomineerd voor Belfius Persprijs

Ook in 2025 blijft BRUZZ zich meten met de bredere mediasector door mee te dingen naar gerenommeerde persprijzen, waaronder de jaarlijkse Belfius Persprijzen. Met inzendingen in verschillende categorieën tonen we onze ambitie om kwaliteitsvolle, relevante en innovatieve journalistiek te brengen die ook buiten Brussel erkenning krijgt.

Het format *Big City* werd daarbij geselecteerd bij de laatste drie genomineerden in de categorie lokale pers. Hoewel we de prijs uiteindelijk niet in de wacht sleepten, bevestigt deze nominatie dat BRUZZ zich inhoudelijk en journalistiek kan meten met andere grote mediahuizen in Vlaanderen. Ze onderstreept tegelijk de kwaliteit, originaliteit en maatschappelijke relevantie van onze producties.

Door blijvend in te zetten op sterke formats en journalistieke vernieuwing wil BRUZZ ook in de toekomst zichtbaar aanwezig zijn in het medialandschap en erkenning blijven krijgen voor zijn werk, zowel bij het publiek als binnen de sector.

O.D. 6. BRUZZ wil de digitale strategie technologisch vooruitstrevend organiseren in functie van de gebruiker en met respect voor de gebruiker

S.D. 4

Citynieuws

Sinds het najaar van 2025 ontsluit BRUZZ *Citynieuws*, het dagelijkse radiojournaal, ook online. Via de Luister-zone op de website en in de app, evenals op de pagina met het meest recente nieuws, kan de gebruiker zesmaal per dag het actuele radionieuws herbeluisteren.

Met ondersteuning van AI werden bijkomende functionaliteiten ontwikkeld om de gebruikservaring te versterken. Elk bulletin wordt automatisch uitgeschreven, waarna de drie belangrijkste onderwerpen als afzonderlijke titels worden weergegeven. Via deze titels kan de luisteraar rechtstreeks naar het relevante fragment in de audio springen. Zo kan men kiezen tussen het volledig bulletin of een specifiek onderwerp.

Het publicatieproces verloopt grotendeels geautomatiseerd, maar de radionieuwslezer controleert en redigeert de gegenereerde headlines. Op die manier blijft de redactionele kwaliteitsbewaking verzekerd.

The screenshot displays the BRUZZ radio app interface. At the top, there is a navigation bar with 'Live', 'Podcasts', and 'Radioschema'. A sidebar on the left contains icons for Home, Recent, Kijk, Luister (highlighted), Abonneer, and Kiest. The main content area features the 'BRUZZ radio' logo and a prompt to listen to 'BRUZZ radio' and 'BRUZZ ICE'. Below this are two red buttons with headphones icons for 'BRUZZ' and 'BRUZZ ICE'. The 'Citynieuws' section is highlighted, showing the time '09u30' and a list of broadcast times. A progress bar indicates the audio is at 0:00 / 2:02. Three news items are listed below the audio player:

- Voorstel tot modernisering van het Brusselse kiessysteem
- Schaarbeekse wijk Marbotin als hotspot in strijd tegen drugsgeweld
- Vertrek van sterrenchef Yves Mattagne bij La Villa Lorraine

Betere zichtbaarheid van video

In 2025 werd verder ingezet op het beter ontsluiten en zichtbaarder maken van de videoproductie van de redactie. Diverse studies tonen immers aan dat video wereldwijd het merendeel van het internetverkeer vertegenwoordigt en sterk gewaardeerd wordt door Millennials en Gen Z. Bovendien dragen video's bij aan een hogere betrokkenheid en een betere vindbaarheid in zoekmachines.

Om het aanbod videomateriaal – afkomstig van onze tv-ploeg, uit onze visual radio en van onze online videojournalisten – beter te ontsluiten, voerden we een aantal gerichte optimalisaties uit.

Zo werd de zichtbaarheid van video's verhoogd door het toevoegen van de tijdsduur aan de teaserafbeelding, het vergroten van de playknop en het voorzien van elke video van een korte, aantrekkelijke captiontekst. Daarnaast worden video's voortaan expliciet als videomateriaal weergegeven in de nieuwsbrieven. Ook werden videoreeksen op de website duidelijker gebundeld en afzonderlijk gepresenteerd, zodat gebruikers sneller hun weg vinden naar relevante videocontent.

Deze maatregelen dragen bij tot een grotere bereikbaarheid, betere vindbaarheid en een verhoogde consumptie van video binnen de digitale kanalen.

Net binnen in Video



KIJK Na Proximustoren springen basejumpers nu ook van Atomium

Veiligheid Vandaag 16.52u



Dilemma voor Bouchez: 'Gehecht aan dit akkoord, maar Bergen blijft mijn eerste keuze'

Politiek Vandaag 13.41u



N-VA over nieuw Brussels akkoord: 'Veel vage beloftes, weinig hervormingen'

Politiek Vandaag 11.26u



'Geen natuurli worstelt met k minister-presi

Politiek Vandaag 1

[meer video's](#)

Live verslaggeving

In 2025 bleef BRUZZ inzetten op snelle en toegankelijke berichtgeving vanop de eerste rij, met bijzondere aandacht voor liveverslaggeving via de digitale kanalen

Een centrale rol was hierin weggelegd voor het intensievere gebruik van liveblogs via de tool Tickaroo. Deze werden in de loop van het jaar ingezet voor uiteenlopende nieuwsevents, variërend van kortlopende verslaggeving tot langdurige dossiers. Voorbeelden hiervan zijn de boerenprotesten, nationale betogingen, de commissie Metro 3 en de Brusselse formatie. De liveblog rond de Brusselse formatie loopt over een langere periode en bereikte reeds meer dan 18.000 gebruikers, wat het potentieel van dit format bevestigt.

In samenwerking met Tickaroo werd bovendien een specifieke widget ontwikkeld waarmee bezoekers rechtstreeks op de homepage de belangrijkste hoogtepunten uit een liveblog kunnen volgen en van daaruit eenvoudig kunnen doorklikken naar de volledige liveblog en de bijhorende nieuwsberichtgeving. Parallel hieraan werden aanpassingen doorgevoerd aan de homepage en andere landingspagina's, waardoor het voortaan mogelijk is om ook livestreams rechtstreeks op de homepage te tonen en af te spelen.

Herbeleef Couleur Café

30-06-2025, 00:10

Review: Davido waant zich de messias op de main stage ***

30-06-2025, 00:00

Davido: 'Vanavond nog gaan clubben'

29-06-2025, 22:52

Hoogspanning voor Nigeriaanse ster Davido: 'Het is een droom die uitkomt'

[> alle berichten](#)

Herbeleef de Brussel Helpt Slotshow

22-11-2025, 18:46

Recordbedrag van 95.177 euro voor Groot Eiland

22-11-2025, 23:28

Namens BRUZZ en Groot Eiland: bedankt voor jullie massale deelname aan...

22-11-2025, 20:20

VIDEO | 'Belangrijk om goede doelen te steunen'

[> alle berichten](#)

Deze ingrepen versterken de zichtbaarheid van liveverslaggeving, verkorten de afstand tussen gebeurtenis en publiek en dragen bij aan een meer actuele, dynamische en betrokken nieuwsbeleving voor de gebruiker.

BRUZZ

Vooraan
Nieuws
Opinie
Cultuur
Ice
Ket

Home

Recent


Kijk

Luiser

Abonneer

Kiest

■ **Na langste formatie ooit: Brussel heeft regering** volledig dossier



EXTRA JOURNAAL | Nieuwe Brusselse regering

Na 613 dagen heeft het Brussels gewest eindelijk een nieuwe regering. Kijk naar de extra BRUZZ 24 voor de laatste stand van zaken.

Zeven partijen bikkelen in Brussels Parlement over verdeling bevoegdheden

Brussel kiest: Brussels parlement Vandaag 08.33u

Ontdek de details uit het regeerakkoord: van pauze voor Metro 3 tot drugscommissaris

Brussel kiest: Brussels parlement Gisteren 22.03u

Extra BRUZZ 24 om 12.30 uur over nieuwe Brusselse regering

Brussel kiest: Brussels parlement Vandaag 10.5u

Alles over de nieuwe regering ● Live

40 minuten geleden

Overleg rond bevoegdheden en 'punten en komma's' gaat straks verder

13 minuten geleden

Fouad Ahidar: 'Besparingen worden bloedig voor Brusselaars'

Vandaag, 11:14

Technologiefederatie Agoria Brussels tevreden met Brussels akkoord

Vandaag, 10:50

Nieuw akkoord met Agoria over wijn

[> alle berichten](#)

Bereik van de liveblogs (algemeen)

Liveblogs (via Tickaroo)	2025	2024 (vanaf sept)
unieke gebruikers	76.578	24.195
views	230.039	62.830

Best scorende liveblogs in 2025

	Titel van de liveblog	pageviews	unieke bezoekers
1	Brusselse formatie	50.566	14.208
2	Gemeenteraadsverkiezingen Sint-Joost	18.708	6.093
3	Boerenprotest 18/12	17.387	9.681
4	Commissie metro 3	14.406	7.021
5	Nationale stakingsdag 13/02	13.548	8.474

Externe socialmediakanalen

In 2025 hebben we verder ingezet op een aantal kanalen om onze verhalen op te pushen. Zo zetten we volop in op onze aanwezigheid op Whatsapp en voegden we Bluesky en Mastodon toe als nieuwe kanalen.

Whatsapp

In 2025 zette BRUZZ verder in op het in het najaar van 2024 gelanceerde WhatsApp-kanaal. Via dit kanaal publiceren we dagelijks drie tot vijf korte berichten, met doorklikmogelijkheid naar het volledige artikel op onze website. WhatsApp laat ons toe een jonger publiek te bereiken op een platform dat zij actief gebruiken in hun dagelijkse communicatie. Bovendien kunnen we er onze content overzichtelijk delen, zonder algoritmische beperkingen.

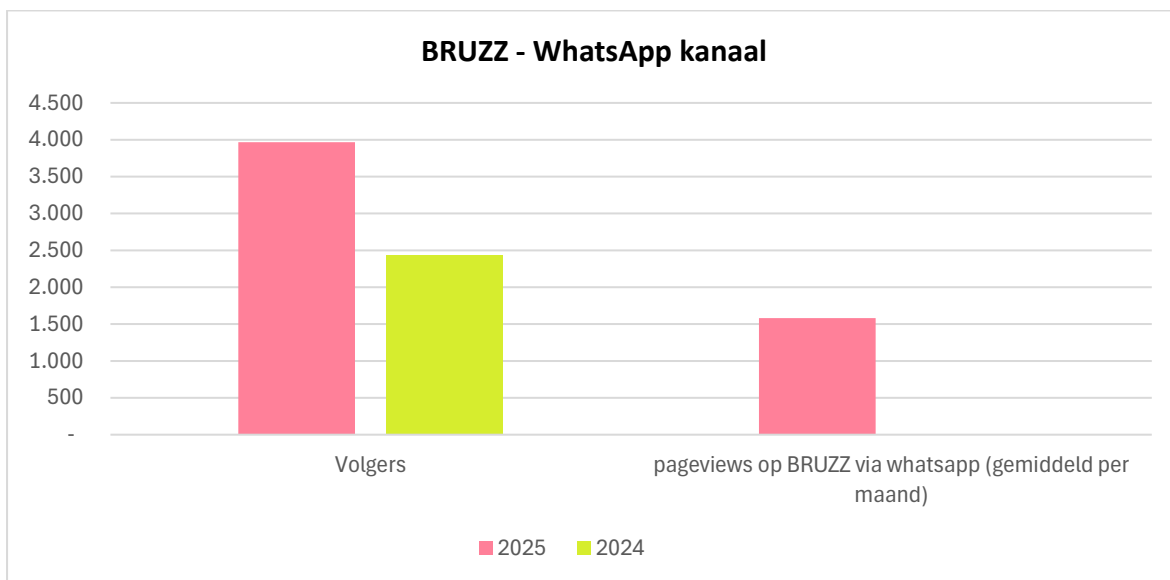
Het kanaal biedt een laagdrempelige manier om op de hoogte te blijven van Brussels nieuws, met een mix van actualiteit en lifestyle in een beknopte en toegankelijke toon. Betrokkenheid wordt gestimuleerd via eenvoudige emoji-reacties.

In 2025 kenden we een gestage groei: eind december telde het kanaal 4.100 volgers. Gemiddeld waren 2.000 pageviews op onze website te wijten aan doorkliks vanaf het WhatsApp-kanaal.

Om het bereik en aantal volgers te versterken, plaatsten we een gerichte pop-up op de website en integreerden we bijkomende call-to-actions in artikelen en op diverse webpagina's. Ook in de toekomst blijft BRUZZ strategisch inzetten op dit kanaal om een aanvullend en jonger publiek duurzaam te bereiken.



WhatsApp-kanaal	2025	2024	verschil
Volgers	4.079	2.437	67%
Pageviews via whatsapp (gem/maand)	1.581	onvoldoende data	-



Bluesky & Mastodon

In 2025 breidde BRUZZ zijn aanwezigheid uit naar Bluesky en Mastodon om het digitale bereik verder te diversifiëren. Hoewel deze kanalen momenteel, net als bij andere nieuwsmedia, nog beperkt verkeer genereren, zien we een gestage groei.

De verspreiding van artikels verloopt geautomatiseerd via een RSS-koppeling, waardoor de personeelsinzet beperkt blijft. Daarnaast voegden we op onze website deelknoppen toe, zodat surfers artikels eenvoudig via deze kanalen kunnen verspreiden.

Onze aanwezigheid versterkt onze zichtbaarheid als regionaal nieuwsmedium op opkomende platformen.

Volgers	2025	2024
Bluesky	873	geen data
Mastodon	421	geen data

Toegankelijkheidsverklaring & SEO

In 2025 bleef BRUZZ inzetten op maximale toegankelijkheid van de digitale kanalen, zodat alle gebruikers — inclusief personen met een beperking — de website vlot kunnen raadplegen. Dit engagement sluit aan bij de geldende regelgeving inzake digitale toegankelijkheid, zoals vastgelegd in het Bestuursdecreet van 7 december 2018, waarmee de Europese Richtlijn 2016/2102 werd omgezet.

Om de conformiteit van de website met deze vereisten in kaart te brengen, werd een toegankelijkheidsaudit uitgevoerd. Deze audit bracht verschillende onderdelen aan het licht die (nog) onvoldoende toegankelijk waren. Op basis van prioriteit, nood en beschikbare middelen werden in de loop van 2025 gerichte verbeteringen doorgevoerd. Zo werd onder meer gewerkt aan een betere ondersteuning voor screenreaders, het vlotter kunnen navigeren via het toetsenbord en het verbeteren van kleurcontrasten.

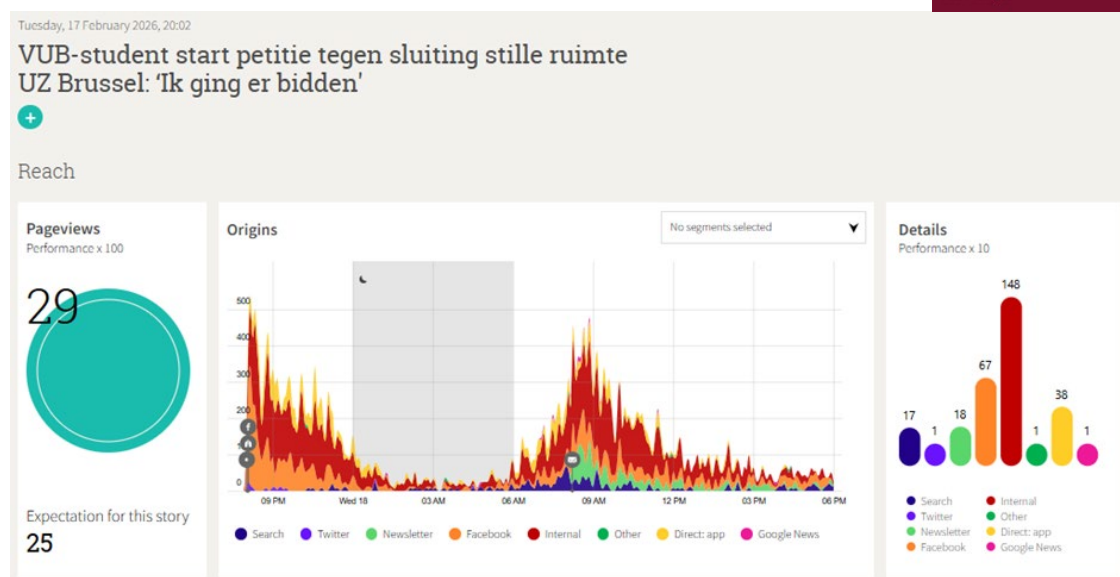
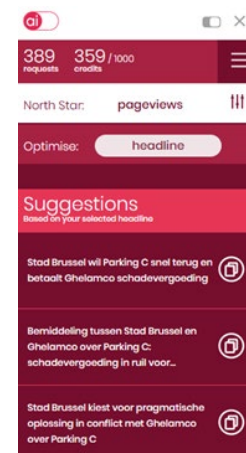
Deze ingrepen dragen niet alleen bij aan een inclusieve gebruikerservaring, maar versterken ook de algemene kwaliteit van het platform. Daarnaast leveren ze een bijkomend voordeel op voor de SEO-prestaties en dus de vindbaarheid van de website via zoekmachines en geautomatiseerde systemen, waaronder AI-bots.

De aanpassingen werden door gecontroleerd en goedgekeurd door een autoriteit ter zake (Craftzing) en resulteerde – naaste de aanpassingen – in een toegankelijkheidsverklaring die na te lezen valt op BRUZZ.be/toegankelijkheidsverklaring

Meetsystemen

De voorbije jaren heeft BRUZZ aanzienlijk geïnvesteerd in diverse meetsystemen die ons ook in 2025 in staat stelden om een nauwkeurig inzicht te verwerven in ons bereik en in de manier waarop onze lezers, kijkers en luisteraars met onze content omgaan.

Voor de dagelijkse opvolging maken we gebruik van SmartOcto, waarmee we in realtime monitoren op welke kanalen onze verhalen worden geconsumeerd, via welke routes bezoekers onze platformen bereiken en welk engagement deze content genereert. Nieuw in 2025 is het gebruik van de AI-functionaliteiten binnen SmartOcto. Deze ondersteunt ons bij het (her)formuleren van headlines en intro's, evenals bij het uitvoeren van A/B-testen. Voor analyses over langere periodes en voor rapportagedoeleinden maken wij gebruik van Google Analytics. De resultaten worden continu opgevolgd en maandelijks grondig geanalyseerd.



Redactiesysteem & EPIC

In 2023 stapte BRUZZ in het EPIC-project, een consortium van zeven partners met als doel een newsroomcomputersysteem te ontwikkelen dat vertrekt vanuit het nieuwsverhaal.

Het project werd eind 2024 afgerond en officieel afgesloten in februari 2025 tijdens het event *Breaking Boundaries: Innovation & the Future of Journalism* aan de Arteveldehogeschool in Gent. Internationale sprekers, onder wie George Montagu (FT Strategies) en Martin Schori (Aftonbladet), deelden er inzichten over publieksverwachtingen en de inzet van AI op redacties. Tijdens dit event werd ook de whitepaper gepresenteerd die BRUZZ binnen het project ontwikkelde over de rol van slimme tools en AI.

In 2025 testte de redactie de nieuwe software, maar een beslissing over ingebruikname volgde nog niet.

BRUZZ in cijfers

Maandbereik website

- Gemiddeld bezochten **432.883 gebruikers** per maand de website BRUZZ.be
- Gemiddeld werden er **2.158.256 pagina's** per maand bekeken

BRUZZ.be	2024	2025	Vershil
Pageviews	22.035.765	25.899.076	+17,53%
Unieke bezoekers	3.734.288	4.076.612	+9,71%

BRUZZ.be	2025	2024
Gem. users/maand	432.883	311.191
Gem. pageviews/maand	2.158.256	1.836.314

Bron: GA4

Maandbereik content via vrtnews.be

Gemiddeld nam VRTNWS.be **58 artikels per maand** over van BRUZZ (*). Die artikels worden gemiddeld **441.694 keer bekeken per maand** of gemiddeld 7.615 keer per artikel.

Overgenomen door VRTNWS	2025	2024
Aantal artikels (totaal)	696	768
Gem. aantal artikels/maand	58	64
Pageviews totaal	5.300.330	4.844.556
Pageviews per maand	441.694	403.713
Pageviews per artikel	7.615	6.308

(*) de redactie van vrtnews.be bepaalt zelf welke artikels zij uit het BRUZZ-aanbod overneemt.

Sociale media (referrals en bereik)

Via sociale media informeren we op maat van specifieke doelgroepen zoals jongeren. Desinformatie verspreidt zich snel, o.a. op sociale media en BRUZZ biedt daar een geloofwaardig, betrouwbaar en relevant alternatief voor. In 2025 was dit ons bereik op sociale media:

Social media / BRUZZ-kanaal	volgers
Facebook BRUZZ	80.670
Instagram BRUZZ	64.550
Instagram BRUZZ Ice	13.052
Twitter/X BRUZZ	24.465
TikTok BRUZZ	24.253
Whatsapp BRUZZ	3.966
YouTube BRUZZ	6.144
Social media BRUZZKet	
Instagram BRUZZKet	9.845
TikTok BRUZZKet	6.891
YouTube BRUZZKet	711

Sociale media vormen een belangrijk kanaal om mensen naar onze artikels op de website te trekken. In onderstaande cijfers gaat het om mensen die van op sociale media (een privéaccount of die van BRUZZ) doorklikten naar de BRUZZ-website, over een periode van één jaar bekeken.

Social traffic naar BRUZZ.be	2025	2024
Views via Facebook	1.796.827	1.868.609
Views via Instagram	193.270	177.858
Views via Twitter/X	255.110	416.411
Views via nieuwsbrieven	917.196	865.852
Views via Whatsapp	20.330	-

(Voor Instagram is het belangrijk om te vermelden dat de content aangepast wordt aan het kanaal en daardoor op zichzelf staat en minder nood heeft aan doorlink-mogelijkheden.)

Nieuwsbrieven

BRUZZ stuurde in 2025 dagelijks en wekelijks vier verschillende types nieuwsbrieven uit.

- BRUZZ dag: 12.330 abonnees (dagelijks)
- BRUZZ week: 14.012 abonnees (wekelijks)
- BRUZZ select (cultuur): 9.641 abonnees (wekelijks)
- BRUZZKet: 578 abonnees (om de twee weken)

Onze nieuwsbrieven hebben een gemiddelde open en click rate van 23 procent. Voor de BRUZZKet-nieuwsbrief naar leerkrachten en ouders toe, ligt dat doorgaans hoger.

Abonnees nieuwsbrieven	2025	2024	verschil
nieuwsbrief BRUZZ dag	12.330	13.088	-6%
nieuwsbrief BRUZZ week	14.012	14.873	-6%
nieuwsbrief BRUZZ Select (cultuur)	9.641	10.092	-4%
nieuwsbrief BRUZZKet	578	315	+83%

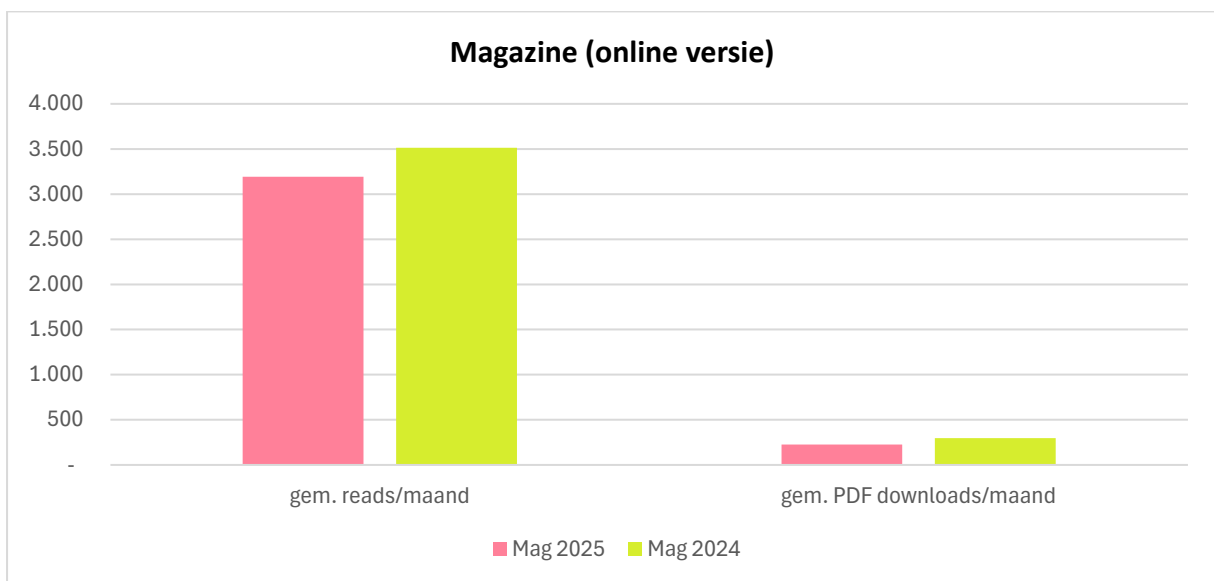
Bereik via online magazine (pdf)

Het wekelijkse BRUZZ-magazine en maandelijks Select-magazine worden ook digitaal verspreid als doorbladerbare pdf die op de website gelezen en gedownload kan worden.

In 2025 werden onze online publicaties via deze weg 38.309 keer gelezen en 2.715 keer gedownload.

BRUZZ en BRUZZ Select-magazine online	2025	2024
online magazine reads	38.309	42.166
online magazine downloads	2.715	3.567
gem. online magazine reads/maand	3.192	3.514
gem. online magazine downloads/ maand	226	297

Bron: *issuu.com*



Best gelezen artikels in 2025 op BRUZZ.be

#	Titel Artikel	views
1	Op de infosessie voor wie na 20 jaar uitkering verliest: 'Gehuild toen ik de brief kreeg'	57.862
2	Langdurig werklozen die uitkering verliezen, krijgen pas half september brief van de RVA	45.915
3	LIVE formatie Volg de recentste ontwikkelingen bij BRUZZ	45.078
4	Dit zijn de ministers van de nieuwe federale regering	43.050
5	Pianist Jef Neve: 'Men denkt dat ik voor de mannen ben, zelfs mijn man gelooft dat'	35.613
6	Nationale actiedag op 14 oktober: waar kan je hinder verwachten?	35.312
7	Familie van overleden Fabian aanvaardt steun uit crowdfundingactie	27.355
8	Zij verliezen straks hun stempelgeld: 'Dit voelt als een trap richting armoede'	25.997
9	Onderwijsexpert Johan Dehandschutter over Balder: 'Was juf Tessa gebleven met een coach?'	25.174
10	Vanaf januari waarschuwingen en boetes voor Euro 5-diesels en Euro 2-benzinewagens	25.055

Best bekeken video's in 2025 op BRUZZ.be

#	Titel Video	views
1	ACOD stelt geweld door agenten aan de kaak, 'schandalig' reageert NSPV	16.731
2	Bestuurder van Pierre Marcolini-camionette betrapt op sluikestorten bij zwembad Flow	8.596
3	Beelden tonen twee schutters met zware wapens aan Clemenceau	5.446
4	Gezien: Vos rent over de sporen van premetrostation Diamant	5.386
5	Duizendtal getuigen van Jehova op bezoek in Brussel: 'Lief zijn voor iedereen'	4.822
6	Club-supporters vallen zaken aan in Brussel, ook klappen uitgedeeld in metro (gevechten in Picardstraat)	4.603
7	Club-supporters vallen zaken aan in Brussel, ook klappen uitgedeeld in metro (aanvallen in metro)	3.950
8	Lucas werd slachtoffer van homofoob geweld op bus: 'Fysiek oké, maar mentaal gesloopt'	3.675
9	Relschoppers staken auto van Sidonie in brand: 'Het is weerzinwekkend, ik ben zo boos'	3.516
10	Honderdtal naaktfietsers voeren actie in Brussel	3.308

Best bekeken TikTok-filmpjes van BRUZZKet

#	Titel van BRUZZKet-artikel (website)	Views	Likes
1	<u>Begin en einde schooljaar</u>	158.406	4.952
2	<u>Snack Dilbeek</u>	110.447	2.820
3	<u>Iftar</u>	96.640	2.651
4	<u>Gevulde brooddoos</u>	93.622	3.330
5	<u>YouTuber pranks</u>	84.710	2.217
6	<u>Pyjamadag</u>	83.756	2.451
7	<u>Ketportret Tom</u>	82.992	3.601
8	<u>Droomberoep Fatoumata</u>	64.661	5.486
9	<u>Daring Brussel naamsverandering</u>	62.870	2.276
10	<u>Zaadstraat schoolstraat</u>	62.481	1.358

Best gelezen artikels uit BRUZZ magazine

#	Meest gelezen magazinestukken	pageviews
1	Pianist Jef Neve: 'Men denkt dat ik voor de mannen ben, zelfs mijn man gelooft dat'	35.631
2	Zij verliezen straks hun stempelgeld: 'Dit voelt als een trap richting armoede'	26.002
3	Onderwijsexpert Johan Dehandschutter over Balder: 'Was juf Tessa gebleven met een coach?'	24.977
4	Doelwit Brussel: moet de hoofdstad zich zorgen maken over aanvallen van Rusland?	20.284
5	Arts uit Sint-Gillis verkoopt ziektebriefjes aan de lopende band	17.966
6	Resto & Bar	17.606
7	Honderden tieners schuiven aan voor nieuwe snackbar in Jette	16.333
8	Waarom de onroerende voorheffing steeds meer pijn doet aan de portemonnee	15.961
9	Militaire industrie: 'Maak van Brussel een nieuwe defensiehub'	15.206
10	'Het Autosalon is een feest van plaatsvervangende schaamte voor een Audi-medewerker als ik'	(14.515

Personeels- en welzijnsbeleid

2025 was het laatste jaar van het lopende beleidsplan. We hebben onze uitgestippelde koers verdergezet en maakten tijd vrij om met al onze medewerkers, teamleads en bestuursleden na te denken over het volgende vijfjarenplan.

We kozen resoluut voor kwaliteit. We lieten onze redacteurs verder ontwikkelen en pasten een gerichte feedbackcultuur toe. De in 2024 ingevoerde nieuwe redactiestructuur, waarbij een teamlead aan het hoofd van elk medium stond, samen met de komst van een nieuwe hoofdredacteur, zorgde voor een betere aansturing van de redactie. Dit wierp zijn vruchten af bij de verkiezingsverslaggeving in 2024 en zorgde in 2025 voor een hogere en meer constante kwaliteit van de BRUZZ-verslaggeving.

We zetten de digitale evolutie verder door de focus op online te leggen, digitale talenten de kans te geven zich te ontwikkelen binnen de redactie en AI-tools in te zetten om onze werking te versterken en futureproof te maken. In 2025 betekende dat vooral een efficiëntieoefening in tijd en budget voor onze vertalingen en meertalige ondertiteling.

We bleven inzetten op de ‘agility’ van onze organisatie. Agile organiseren – wendbaar, lenig en flexibel – bleef voor BRUZZ een manier van denken, werken en organiseren die ons in staat stelde om snel en effectief in te spelen op veranderingen in de buitenwereld en de aangekondigde subsidiekrimp vanaf 2026.

Daarnaast bleven we netwerken en samenwerkingen opzetten om onze organisatie verder te vormen met inspirerende voorbeelden en praktijken van buitenaf. Deze inspiratie vormde een belangrijke voedingsbodem voor het denkproces richting het beleidsplan 2026-2030.

We omarmden duurzaam werken, met zowel aandacht voor samenwerken als team als voor het individu, met een gezonde work-lifebalans en levenslang leren als centrale pijlers.

Concreet kon BRUZZ de beleidsambities vertalen in volgende aangepaste actiepunten. We overlopen ze in de vorm van de te behalen operationele doelstellingen.

O.D. 7. BRUZZ garandeert het continue leertraject voor medewerkers om zo de kwaliteit van de output te verbeteren

Investeren in opleidingen was ook in 2025 investeren in de toekomst van onze medewerkers én van onze organisatie. BRUZZ bleef zijn engagement voor continu leren opnemen en koos bewust om, ondanks budgettaire krapte, minimaal op het opleidingsbudget te besparen.

We bleven inzetten op POP's (persoonlijke ontwikkelingsplannen). Op basis van input uit one-to-onegesprekken, feedbackmomenten en functioneringsgesprekken konden medewerkers een POP aanvragen of voorgesteld krijgen. In 2025 werden er zo opnieuw 10 POP's uitgewerkt. Zo verhuisden de presentatieskills van Lilith Geeraerts van de tv- naar de radiostudio. Onze radionieuwslezer Livia Vande Walle kon, dankzij een extra rol als BRUZZKet-coördinator wat afwisseling in haar werkschema brengen. Bij het social team werden Renée Vervaeke en Alex van den Bosch dan weer de gezichten van onder meer de BRUZZ-explainers.



Om iedereen te blijven versterken en aandachtig te houden voor onze typische werkvormen (mobiel werken, *boots on the ground* en *smartphone journalism*) planden we regelmatig technische (opfris)opleidingen in.

Nieuw in 2025 en voortvloeiend uit de samenwerking met de VRT, kon BRUZZ intekenen op opleidingssessies in het kader van futureproof werken binnen een mediabedrijf (VRT-vuurtorenwerking). Een 30-tal collega's sloten aan bij een opleiding of inspirerende sessie op de Reyerslaan.

BRUZZ organiseerde opnieuw inspirerende middagsessies (BRUZZ Academy: sessies waarbinnen een expert zijn/haar kennis deelt met de redactie en zorgt voor concrete tips binnen een bepaald domein). Waar de thema's in 2024 sterk in het teken stonden van het verkiezingsjaar, lagen de accenten in 2025 onder meer op AI, de uitrol van het nieuwe redactiesysteem en inspirerende mediatrends ter voorbereiding van het beleidsplan 2026-2030. Digital manager Sandra Schreurs legde Smartocto en Rhetoric uit aan de redactie.

De opleidingsinspanningen werden bijgehouden in individuele opleidingsfiches en werden sinds november 2024 geregistreerd in de Federal Learning Tool (FLA). Medewerkers zouden zo een duidelijk overzicht van hun opleidingskrediet kunnen opvragen. De wetgeving van FLA liep vertraging op en de verdere ontwikkeling van de tool werd on hold gezet.

Op teamniveau deelden we ervaringen en brachten we opleidingsnoden in kaart. Het opleidingsplan kwam tot stand in overleg met de teamleads en de hoofdredactie. Zo kon BRUZZ meer dan 194 maal de collega's warm maken om een opleiding te volgen. In totaal leverde dat 1345 opleidingsuren op.

Op redactioneel vlak bleef de rol van eindredacteur essentieel. Deze rol, die vanaf 2025 op elk platform werd uitgerold, versterkte redacteurs, verlaagde de foutenlast en ondersteunde jonge redacteurs inhoudelijk.

Onze stemmen en gezichten van BRUZZ kregen op regelmatige basis logopedie en presentatiecoaching.

ACTIES 2025:

- ✓ Opleidingsbudget: 50K met 1345 uren opleiding en 194 deelnemers

- ✓ Redactionele en technische sessies en BRUZZ Academy: #10
- ✓ Deelname van BRUZZ-medewerkers aan VRT-vuurtorenwerking: #30
- ✓ Individuele opleidingsfiches en teamgerichte opleidingstrajecten
- ✓ FLA-registratie van opleidingen: in de loop van het werkjaar uitgesteld vanuit de overheid
- ✓ Invoering van de eindredactierol op elk platform

O.D. 8. BRUZZ werkt vanuit een flexibel organisatiemodel zodat talent kan ontwikkelen binnen onze organisatie

BRUZZ bleef organiseren volgens het flexibiliteits- en agility-principe. We combineerden vaste medewerkers met freelancers om organisatorische en budgettaire continuïteit te garanderen.

Freelancers werden geselecteerd en opgeleid om meerdere rollen op te nemen. Hun multimediaal profiel bleef een belangrijke troef binnen onze flexibele werking, met voor elke rol een back-up.

In 2025 heetten we collega's Milan Augustijns (DS en Belga), Stef Pennemans (Radio 2) en Maura De Troyer welkom.

Er werd een vervangingscontract aangeboden aan Tibert Blommaert om de afwezigheid van een collega met moederschapsverlof structureel te kunnen opvangen.

Dankzij flexibel organiseren konden talenten breder ingezet worden. Loopbaangesprekken en opleidingsplannen ondersteunden verschuivingen of aanpassingen in jobinhoud. Deze aanpak bleef ongewijzigd in 2025. Door het wegvallen van Big City kon Luana Difficile zich weer meer toeleggen op radiopresentatie, Maya Callizaya combineerde dagproductie met haar BRUZZ Ket reporterrol.

Voor medewerkers met moeilijker functioneren werd gepaste begeleiding en coaching opgestart, vrijblijvend werd er vanuit HR-loopbaanbegeleiding voorgesteld, net als een tijdelijke arbeidsduurvermindering of een alternatieve rol.

ACTIES 2025:

- ✓ Flexibele organisatie via combinatie vaste medewerkers en freelancers
- ✓ Back-ups voor elke rol
- ✓ Begeleiding en alternatieve tewerkstelling bij nieuwe rollen of bij moeilijker functioneren

O.D. 9. BRUZZ rekruteert proactief (S.D. 3)

In de dynamische wereld van vandaag is proactief rekruteren essentieel om een veerkrachtig team en een flexibel organisatiemodel op te bouwen. Bij BRUZZ wachten we niet op openstaande vacatures maar streven we voortdurend naar het aantrekken van talent dat waarde toevoegt aan ons team.

Rekrutering via onze sociale mediakanalen om Brusselaars op te roepen om als vrijwilliger/student/freelancer (in bv. de avondprogrammatie radio of bij specifieke projecten) van BRUZZ aan de slag te gaan was in 2025 alweer succesvol. Die typische rekruteringsvorm geeft ons meteen profielen die BRUZZ kennen en genegen zijn. Dat helpt bij het vinden van de kandidaat met de juiste match met BRUZZ.

Om snel te kunnen inspelen op toekomstige vacatures bouwen we actief 'talentenpools' op. Op deze manier kunnen we sneller schakelen wanneer de behoefte zich voordoet. Onze teamleads vormen een belangrijke schakel in dit proces door te anticiperen op toekomstige noden of nieuwe plannen.

Vrijwilliger en werkstudent journalistiek Astrid De Bois kon zo structureel als jobstudent aan de slag bij BRUZZ. Ook Jeffrey Wynnyk werd op deze manier in september als coördinator van de avondwerking ingezet bij BRUZZ. Jeffrey is afgestudeerd in de Culturele Agogiek en had al werkervaring bij o.a. Kaaitheater, Horst, Pilar en iMAL. Daarnaast heeft hij al enkele jaren een eigen radioshow bij BRUZZ: La Mitad. Op die manier is hij een brugfiguur tussen de dag- en avondwerking van BRUZZ radio en geeft hij vanuit zijn eigen ervaring input over hoe de beginnende collectieven het best ondersteund worden.

Ook studenten journalistiek van de Ehb Victor Peeters (online) en Wout De Rycke (video) kregen na hun stage bij BRUZZ de kans om op freelancebasis te blijven werken voor ons mediahuis. In totaal konden we op die manier vier collega's structureel inzetten en back-up voor bepaalde rollen garanderen.

2025 was er jammer genoeg geen budgettaire ruimte om een projectcontract aan te bieden.

ACTIES 2025:

- ✓ Oproep talenten via sociale mediakanalen
- ✓ 4 samenwerkingen voor stagiairs en vrijwilligers

O.D. 10. BRUZZ experimenteert op het vlak van nieuwe werkvormen op Flagey en daarbuiten (S.D. 5)

In de snel evoluerende wereld van media is innovatie niet alleen wenselijk, maar ook een noodzaak. Bij BRUZZ omarmen we een cultuur van voortdurend experimenteren met nieuwe werkvormen om creativiteit te stimuleren, onze processen te optimaliseren en een omgeving te creëren waarin onze teams zich kunnen ontwikkelen.

BRUZZ bleef experimenteren met nieuwe werkvormen, zowel op Flagey als daarbuiten. *Smartphone journalism* werd breed omarmd en zorgde voor meer flexibiliteit in de planning.

In 2025 werd een extra dienst voor onze avondj's opgezet. Het gebruik van onze back-up radiostudio kon voor voicetracking en opnames worden gereserveerd. Afhankelijk van de noden werden onze vrijwilligers technisch bijgestaan.

Met het techteam werd volop gewerkt aan het ontrollen van een heuse technische supportdienst. Na de zomer kwam onze ex-collega Karel Feys ons versterken bij de vernieuwing van de radiosoftware en ingrijpende overstap naar Omniplayer.

Op redactioneel vlak werd een nieuwe rol uitgeschreven die nodig was om de redactionele evoluties te kunnen blijven volgen: Eleanor Denneman kwam in dienst om de datajournalistiek bij BRUZZ te versterken (zie hoofdstuk O.D. 2 onder datajournalistiek).

In het voorjaar van 2025 lanceerden we een nieuwe podcast die voornamelijk actuedreven is en zich richt op een breder publiek. Daarbij was vooral belangrijk om onze podcasts beter uit te spelen via onze andere kanalen, met een focus op online, radio en sociale media. *In Brussel* is een wekelijkse actualiteitspodcast waarin BRUZZ-journaliste Margot Otten telkens twee actuele verhalen uit de stad belicht.

Het hybride werkmodel bleef ongewijzigd: maximaal twee thuiswerkdagen voor voltijders en één voor deeltijders, steeds op vrijwillige basis.

ACTIES 2025:

- ✓ *Smartphone journalism*
- ✓ Technische support en versterking van het techteam
- ✓ 1 datajournalist in dienst en lancering actuedreven podcast
- ✓ Hybride werken

O.D. 11. BRUZZ is in 2025 meer een afspiegeling van de stad en de maatschappij

BRUZZ bleef inzetten op verbondenheid met de stad en een representatieve afspiegeling van de Brusselse realiteit. De organisatiefilosofie DIR* BRUZZ (* staat voor diversiteit, inclusiviteit en representativiteit) werd verder verankerd via het aanhoudende engagement van de werkgroep en de hele ploeg.

Een extra troef in 2025 was de samenwerking met een masterstudent gender en diversiteit. Tijdens haar stage analyseerde Farah Mohamed het tot nog toe gevoerde DIR beleid en formuleerde ze concrete aanbevelingen voor de volgende jaren. Via haar netwerk kon BRUZZ ook enkele ongekende sociale initiatieven leren kennen.

BRUZZ bleef een open huis voor Brusselaars, jong en oud, scholieren en studenten, werkzoekenden en vrijwilligers en sociale initiatieven met onder meer de medialessen voor de zaterdagschool TADA (ToekomstATELIERdelavenir), deelname aan de YOUCA-dagstage en het aanbieden van (school)rondleidingen (ongeveer 30 per jaar).

Samen met Hubbie (Begeleid wonen en werken in Brussel) boden we Mucteba K. opnieuw een inclusieve werkervaring aan. Omwille van zijn arbeidsdrempel wordt hij elke vrijdag begeleid in zijn administratieve en logistieke taken binnen het distributieteam.

Voor BRUZZ is DIR geen verhaal van quota. Toch zijn we aandachtig voor het juiste gender- en leeftijd-evenwicht, seksuele geaardheid, culturele achtergrond en etniciteit, fysieke mogelijkheden zowel in onze interne werking als in onze bestuursorganen.

De acties waarop we het voorbije jaar hebben ingezet, vindt u in het overzichtelijk jaarplan 2025.

JAARACTIEPLAN 2025 DIR BRUZZ

A. BRUZZ werkt een D&I-beleid uit en sensibiliseert bij de medewerkers			
	HOE	ACTIE	2025
1.	Onze leidraad is het DIR-charter	<ul style="list-style-type: none"> We houden ons charter tegen het licht in het kader van de onderzoeksvraag van een stagiair gender en diversiteit 	Q1
2.	DIR krijgt een actievere rol in het (onthaal)beleid	<ul style="list-style-type: none"> Elke nieuwe collega krijgt een korte toelichting van wat de werkgroep doet Presentatie van het filmpje wordt vernieuwd 	Q4 2025
3.	Communicatie- en sensibiliseringsplan	<ul style="list-style-type: none"> We vernieuwen de pagina op het intranet met relevante informatie voor de collega's betreffende acties of tools waar ze gebruik van kunnen maken. We houden rekening met andere culturele feestdagen bij het inplannen van activiteiten en communiceren hierover op het intranet. 	Q2
4.	Communiceren over diversiteitsacties	<ul style="list-style-type: none"> Herlancering promotie over stilteruimte We behouden de mogelijkheid om handtekeningen te wijzigen o.b.v. gender 	Q3

B. BRUZZ voert een aanwerving- en selectiebeleid dat inspeelt op de Brusselse realiteit			
	HOE	ACTIE	2025
1.	BRUZZ werft proactief aan	<ul style="list-style-type: none"> Talentedpool via social media Onderzoeken of onze vacatures op hijabisatwork kunnen staan 	2025
2.	Verbreden van de huidige wervingskanalen	<ul style="list-style-type: none"> We posten jobs op onze socialmediakanalen en via onderwijsinstellingen 	2025
3.	Samenwerkingen opzetten met werkbemiddelingsinitiatieven	<ul style="list-style-type: none"> Eigen Actiris/BRUZZ-consulent 	Q1

C. BRUZZ biedt laagdrempelige leeransen en werkervaringen aan

	HOE	ACTIE	2025
1.	HUB tussen onderwijs en werken	<ul style="list-style-type: none"> Tewerkstelling voor 3 studenten Aanbieden van 20 stageplaatsen 	2025
2.	Aandacht voor vrijwilligerswerk	<ul style="list-style-type: none"> Deelname YOUCA-dag We organiseren 2 TADA-namiddagen We zetten verder in op de BRUZZ ICE-catalogus met inbreng vanuit de vrijwilligers 	Q3 Q3
3.	Creëren van een sociale werkplek	<ul style="list-style-type: none"> Begeleid werker versterkt BRUZZ op administratief en logistiek vlag i.s.m. Hubbie vzw 	2025

D. We ontwikkelen expertise op gebied van DIR

	HOE	ACTIE	2025
1.	We nemen deel aan externe opleidingen en initiatieven	<ul style="list-style-type: none"> Werkgroep gaat op zoek naar trainingvooroordelen voor sleutelfiguren van BRUZZ 	2025
2.	We wisselen ervaringen uit met andere belangrijkste spelers in het werkveld	<ul style="list-style-type: none"> Ontmoeting met VGC diversiteitscel We onderhouden contact met Huis van het Nederlands i.h.k.v. "Eenvoudig Nederlands" 	Q1 Q1
3.	We bouwen een netwerk van Brusselaars uit die onze representativiteit kunnen versterken en onze kijk kunnen verbreden	<ul style="list-style-type: none"> Plan van aanpak uitbreiden naar scholenwerking via OCB Plan van aanpak wordt door marketing ondersteund 	2025 Q1
4.	We zoeken actief naar een stagiair gender en diversiteit	<ul style="list-style-type: none"> We bieden vanuit DIR stagebegeleiding aan 	Q4

E. We bestrijden discriminatie op de werkvloer			
	HOE	ACTIE	2025
1.	We zetten in op training binnen werkgroep en voor sleutelfiguren	<ul style="list-style-type: none"> • Werkgroep volgt training rond de antidiscriminatie wetgeving 	Q2
2.	De interne vertrouwenspersoon en preventieadviseur houden de vinger aan de pols m.b.t diversiteitsvragen	<ul style="list-style-type: none"> • We bespreken (anoniem) gemelde vragen of suggesties 	Q1

F. BRUZZ berichtgeving en redactionele initiatieven			
	HOE	ACTIE	2025
1.	Toegankelijk maken van onze content	<ul style="list-style-type: none"> • Eenvoudig Nederlands • Ondertiteling blijven aanbieden • Eigen of externe webmaster bevragen naar toegankelijkheid van website 	2025
2.	Structurele ingangen creëren en uitwerken van de BRUZZ-labels en aanbieden van een projectcontract	<ul style="list-style-type: none"> • Input van redactie 	2025

G. BRUZZ meet de impact van al deze acties (KPI)			
	HOE	ACTIE	2025
1.	Evolutie van verdeling gender/leeftijd/achtergrond	<ul style="list-style-type: none"> • BRUZZ profiel 2025 vergelijken met 2024 • BRUZZ-profiel 2025 opnemen in jaarprogramma 2026 	Q1
2.	Aantal programma's/uren ondertiteling van onze content	<ul style="list-style-type: none"> • 150 uren ondertiteling 	Q4
3.	Aantal stageweken	<ul style="list-style-type: none"> • Organiseren van 20 stageplekken 	2025
4.	Instroom studenten-vrijwilligers-stagiairs	<ul style="list-style-type: none"> • Aanbieden van 1 tijdelijk contract en 2 freelance samenwerkingen 	2025
6.	Aantal communicatiemomenten en sensibiliseringsacties	<ul style="list-style-type: none"> • Organiseren van: 2 x personeelsmoment 3 x DIR werkgroep-momenten 	2025

Acties 2025:

- ✓ Jaaractieplan DIR BRUZZ
- ✓ DIR BRUZZ als eindwerk van stage master gender en diversiteit
- ✓ Rondleidingen: #30
- ✓ Samenwerking met Hubbie: #1
- ✓ Deelname aan YOUCA en TADA: #2

O.D. 12. BRUZZ gaat actief op zoek naar (Brusselse) jongeren om hen te laten kennismaken/op te leiden in een job (binnen de media)

In het kader van de erkende HUB tussen opleiding en werk heeft BRUZZ ook in 2025 een aanzienlijk aantal stageweken aangeboden. We kunnen afklokken op 19 stageplaatsen en bijna 200 weken begeleiding.

Voor onze redactionele stages spreiden we de stages zoveel mogelijk in de tijd en gaven we in 2025 voorrang aan laatstejaarsstudenten om ervaring op te doen. Deze stagebegeleiding heeft een reële, niet te onderschatten impact op de werkdruk van de ervaren collega's en moest zeker in tijden van verkiezingen goed gemonitord worden.

De stages op onze andere diensten (administratie, onthaal, techniek...) staan naar goede gewoonte expliciet open voor secundaire, beroeps- en technische scholen. Deze stages lopen een heel schooljaar à rato van 1 of 2 dagen per week.

Structureel werkkansen bieden aan studerende jongeren is een bewuste keuze van BRUZZ. Zo gaven we jongeren de mogelijkheid om hun studies te combineren/te financieren met een opdracht voor BRUZZ. In 2025 konden we drie deeltijdse studentencontracten aanbieden: één bij SMD (Sales, Marketing en Distributie) en twee tewerkstellingen bij radio.

ACTIES 2025:

- ✓ Aanbieden van 19 kwalitatieve stages
- ✓ Drempelverlagende werkstages of vrijwilligerswerk
- ✓ Structureel inzetten van studenten in de werking: #3

O.D. 22. BRUZZ zal een voorbeeldorganisatie zijn op vlak van duurzaamheid met betrekking tot duurzame arbeidsrelaties (S.D. 5)

BRUZZ bleef inzetten op een open, transparante en participatieve bedrijfscultuur.

In 2025 werden opnieuw vaste werkplekken ingevoerd, aangevuld met flexplekken en rolgebonden werkplekken. Dit versterkte ergonomie en het cleandesk-principe.

Hoewel er sinds mei 2024 geen CPBW meer was, werd gestructureerd overleg verder uitgebouwd met de redactieraad, de interne preventieadviseur en onze vertrouwenspersoon.

De redactieraad werd in het najaar van 2024 opnieuw geactiveerd en kreeg in 2025 een vernieuwde werking.

Daarnaast startte een breed participatief traject ter voorbereiding van de beheersovereenkomst 2026-2030. Eind januari hadden we een kick-off met eerste tendensen voor de toekomst van BRUZZ met externe partner Doenker. Later volgden ook nog sessies met het bestuursorgaan en de algemene vergadering. Doenker kwam in juni alle vergaarde inzichten toelichten. Er was genoeg stof voor het managementteam om de grote lijnen van het toekomstige beleidsplan vorm te geven.

ACTIES 2025:

- ✓ Activering redactieraad
- ✓ Intern overlegmodel
- ✓ Personeelsmomenten: #9
- ✓ Inspiratietraject beleidsplan 2026-2030: #5 sessies

Organogram en personeelsbezetting

Bij de start van 2025 werd gewerkt met 52,85 VTE (57 koppen). In 2024 waren dat 55,2 VTE (60 koppen).

De vertrekkende salesmedewerker werd niet vervangen. Met één regisseur minder in loondienst bleef de werking gegarandeerd via freelancers.

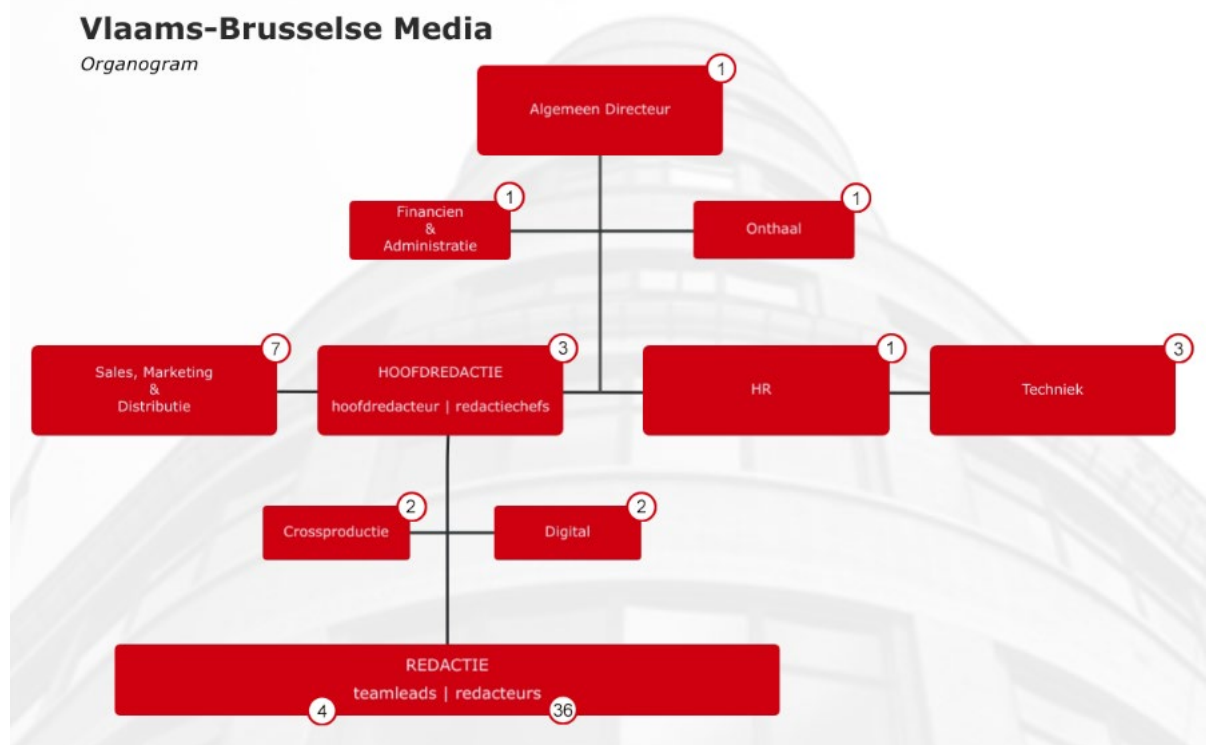
Er werd tijdelijk geïnvesteerd in een extra technisch profiel om de supportrol te garanderen en de impact van permanenties op de dagwerking te beperken, wat leidde tot een daling van freelancekosten bij techniek. Door een eerste besparingsronde werd deze versterking na de zomer stopgezet.

In juni 2025 kwam er een einde aan de samenwerking met algemeen directeur Dirk De Clippeleir. Johan Goossens, penningmeester van het bestuursorgaan en voorzitter van het auditcomité, kwam het management (Klaus Van Isacker, hoofdredacteur, Ineke Le Compte, commercieel directeur en Kristel De Wolf, HR-directeur) versterken.

De selectieprocedure van de algemeen directeur werd in september 2025 uitgesteld naar 2026. Dit om het proces van het beleidsplan en de onderhandeling met de Vlaamse overheid voor de beheersovereenkomst niet te bezwaren. Ook het mandaat van voorzitter Marc Michils en enkele ervaren bestuursleden werd daarom verlengd tot maart 2026.

Na het vertrek van hoofdboekhouder Marc Collin eind 2024 werd er voor het financiële beleid samengewerkt met een externe partner, House of Support.

Ten gevolge van de subsidiekrimp vanaf 2026 werd op 07/11/2025 een radicaal besparingsplan uitgerold en goedgekeurd door het bestuursorgaan van BRUZZ met het ontslag van vier collega's en een vermindering van freelance-opdrachten tot gevolg. We eindigden 2025 met 50 koppen.



STATISTIEKEN

	2023	2024	2025
Korte afwezigheden	213	218	269
Ziekte-dagen mutualiteit	249	260	272
	462	478	541

De afwezigheidscijfers gaan in stijgende lijn, zowel wat betreft de korte afwezigheden als de langdurige. Dat is een aandachtspunt voor het welzijnsbeleid vanaf 2026. In mei 2025 werd de vervolgvraag van de engagementsbevraging bij onze medewerkers (in samenwerking met HR-partners in 2022) geschrapt door budgettaire krapte. Toch werd er beslist, na overleg met Mensura en onze vertrouwenspersoon en vanuit ons welzijnsbeleid toch een bevraging rond welbevinden in te plannen. Deze staat in de steigers voor maart-april 2026.

Voor één langdurig afwezige collega werd ondertussen de procedure medische overmacht ingeroepen. Dit specifiek ontslag kon wel pas in januari 2026 geactiveerd worden.

BRUZZ-medewerker profiel 2025

- Verhouding Man/Vrouw: 48/52, leidinggevend: 50%/50%,
- Gemiddelde leeftijd: 40.1j
- Gemiddelde anciënniteit: 10.0j
- Uit Brussel: 77%
- Aantal redacteurs/aantal personeelsleden: 72%
- Gemiddelde leeftijd redacteurs: 39.8j
- Gemiddelde anciënniteit redacteurs: 8.9j
- Redacteur multimediaal profiel/alle redacteurs: 85%
- Aantal erkende beroepsjournalisten: 49%

Verdeling leeftijd in 2025

20 > 30	8
30 > 40	19
40 > 50	10
50 > 60	8
60+	4

Studieniveau in 2025

Secundair	3
Bachelor	16
Master	31

Marketing, Sales & Distributie

O.D. 13. De naamsbekendheid van BRUZZ vergroten

Brussels is capital

BRUZZ is bekend bij meer dan de helft van de Brusselaars en is uitgegroeid tot het sterkste mediamerk van Brussel. Sinds januari 2024 vaart BRUZZ onder de nieuwe vlag *Brussels is capital*. Die baseline benadrukt onze vastberaden focus op wat er gebeurt in de hoofdstad. BRUZZ investeert in de naambekendheid via partnerships, acties en campagnes en socialmediamarketing.

De naambekendheid wordt gemeten in de tweejaarlijkse bereikstudie. De recentste meting dateert al van het voorjaar van 2024 (BRUZZ Bereikstudie 2024, Ipsos, zie ook O.D. 16) geeft een merkbekendheid aan van 53%. De naambekendheid is het hoogst bij Nederlandstaligen (78%). Bij de meer- en anderstaligen ligt onze naambekendheid op 48%. De spontane naambekendheid van BRUZZ zit op 15%, meer dan dubbel zo hoog als die van alle andere nieuwsmerken in Brussel.

Bij de besparingsoefening in het najaar van 2025 werd beslist om de volgende studie uit te stellen tot het voorjaar van 2027.

De BRUZZ-bus

In 2025 werd de BRUZZ-bus hersteld, opnieuw bestickerd (in de nieuwe huisstijl) en vanaf het voorjaar voluit ingeschakeld voor de visibiliteit van BRUZZ.

De nieuwe BRUZZ-bus werd voor het eerst van stal gehaald op 25 mei voor de 20 km door Brussel en kreeg samen met Majorettekete en dj iNess een feestelijke inhuldiging. De bus werd in 2025 acht keer ingeschakeld als radiostudio, podium voor dj's of opvallende 'promostand' in de stad.



De vernieuwde BRUZZ-bus, op autoloze zondag op het Muntplein

Overzicht marketingacties 2025

Januari 2025

- Campagne BRUZZ ICE invites
- Campagne BRUZZ WhatsApp
- Event: BRUZZ ICE invites + Meet the dj in VK (25/01)

Februari 2025

- Campagne oproep waarderingsonderzoek

Maart 2025

- Campagne BRUZZ magazine & BRUZZ Guide: neem nu een abonnement
- Campagne oproep goed doel Brussel Helpt 2025
- Distributie BRUZZ Guide

April 2025

- Campagne BRUZZ Guide 2025: Out Now
- Advertentie: Vacatures teamlead radio en salesmedewerker

Mei 2025

- Campagne wekelijkse podcast *In Brussel*
- Campagne BRUZZ newsletters (culture, Ket, weekly)
- Campagne resultaten waarderingsonderzoek
- Campagne sales: instapaanbieding
- Event: VERNIEUWDE BRUZZ-bus met dj en Majoretten op 20 km (25/05)
- Event: Soirée Merci van Brussel Helpt in BRONKS (27/05) met filmvertoning: *My Favourite Cake*

Juni 2025

- Campagne BRUZZ Ket schoolkalender
- Event: BRUZZ-bus met BRUZZ-dj op BXL Tour aan Atomium (22/06)
- Event: BRUZZ-bus met promostand op Couleur Café (27-29/06)
- Event: BRUZZ-radiostand op camping Couleur Café (27-29/06)

Juli 2025

- Event: BRUZZ-bus met promoteam op Brosella (5-6/07)
- Event: BRUZZ-bus en LIVE uitzending op Brussel Danst, Muntplein (11/07)
- Event: BRUZZ-bus op Bal & Resto National, Vossenplein (20-21/07)

Augustus 2025

- Event: promostand & BRUZZ-dj's op Bar Chaud van Boterhammen en Feeërieën (25-29/08)

September 2025

- Campagne Cultuurspecial '50 tips voor het nieuwe cultuurseizoen'
- Campagne aankondiging event 'Cultuur Kick-off'
- BRUZZ Ket schoolkalender-actie (1-19/09): distributie kalenders
- Event: BRUZZ-bus op Autoloze Zondag, Cultuur Kick-off met live opera, Muntplein (21/09)



Oktober 2025

- Event: Kick-off Brussel Helpt 2025, Groot Eiland (7/10)
- Campagne Brussel Helpt: maak spaghetti
- Campagne 'Nieuws in de Klas'
- Event: Meet the dj @BRUZZ (8/10)

November 2025

- Campagne Brussel Helpt Slotshow
- Campagne BRUZZ Ket: oproep KLIK (Klas in de Kijker)
- Event: De Grootste Spaghettislag ter Wereld (22/11)
- Event: Slotshow Brussel Helpt vanuit Belmundo (Groot Eiland)
- Event: Promostand BRUZZKet op Wetenschapsfestival Muntpunt (23/11)

O.D. 14. De klassieke marketingaanpak aanvullen met een digitale marketingstrategie

De marketinginspanningen van BRUZZ zijn gebaseerd op twee pijlers: klassieke marketing, met offline campagnes, events en partnerships (zie O.D. 13), en digitale marketing met voornamelijk social media advertising.

Klassieke marketing

De twee grote BRUZZ-acties zijn de BRUZZ Guide in het voorjaar en Brussel Helpt in het najaar.

BRUZZ Guide 2025

De productie en verdeling van de jaarlijkse BRUZZ Guide draagt bij aan de visibiliteit van BRUZZ en ondersteunt de positieve beeldvorming van Brussel. Onze gratis gids op zakformaat met tips en adressen om Brussel te ontdekken is immers erg populair, en zelfs een collector's item voor veel Brusselaars.

De BRUZZ Guide 2025 werd gedrukt op 54.000 exemplaren en onder blister bezorgd aan alle abonnees van BRUZZ magazine (26 maart, 29.000 exemplaren). De gidsen werden ook verdeeld op 159 locaties (Muntpunt, de Brusselse Gemeenschapscentra, reclamebureaus en alle vermelde adressen). Elk verdeelpunt krijgt een eigen handige en opvallende (kartonnen) display, die op vraag wordt bijgevuld. De gids wordt ook uitgedeeld op events, bijvoorbeeld op de Vlaamse feestdag.

BRUZZ voert een brede klassieke promotiecampagne voor de gratis gids, dit jaar aangevuld met een crosspostactie via Instagram. Café-, shop- en restaurantuitbaters uit de gids postten een foto met de gids op hun kanaal, waarna BRUZZ deze foto's hernam op onze eigen kanalen.

Alle adressen én de verschillende verdeelpunten zijn ook terug te vinden op een online kaart op de website van BRUZZ, waar de gids ook in pdf-versie kan consulteren: <https://www.bruzz.be/bruzz-guide-2025>. De productie en de verdeling van de gids wordt mede gefinancierd door KBC Brussels.

Brussel Helpt 2025

Brussel Helpt is de jaarlijkse solidariteitsactie van BRUZZ en heeft een drievoudig objectief: sensibiliseren, mobiliseren en fundraisen. De centrale actie is 'De Grootste Spaghettislag ter Wereld'. De actie wordt aangekondigd met een grote campagne met een dubbele boodschap. Eerst 'maak spaghetti', om organisaties en particulieren te overtuigen mee te doen als spaghettimaker. Nadien 'eet spaghetti' om zoveel mogelijk van de aangeboden borden spaghetti te verkopen. Die aanmelding en verkoop verloopt via een centrale website brusselhelpt.be. De opbrengsten gaan integraal naar het goede doel.



Brussel Helpt

ZATERDAG 22.11.2025

De Grootste Spaghettislag ter Wereld

Maak spaghetti met je organisatie, bedrijf of gewoon gezellig thuis, en steun zo Brussel Helpt. De opbrengst gaat integraal naar vzw Groot Eiland.

DOE MEE! Ga naar brusselhelpt.be

Campagnebeeld voor Brussel Helpt 2025

Elk jaar kiest BRUZZ na bevraging van het Brusselse middenveld (en met een open oproep) een Brusselse organisatie als goed doel, gelinkt aan een specifieke grootstedelijke problematiek. In 2025 kozen we voor vzw Groot Eiland. Die organisatie is actief in de sociale economie en helpt Brusselaars die ver van de arbeidsmarkt staan naar een job via opleiding, werkervaring en jobcoaching.

In 2025 viel De Grootste Spaghettislag ter Wereld op zaterdag 22 november. Dankzij de gestegen spaghettiprijs (van 10€ naar 12€ per portie) kon Brussel Helpt opnieuw een recordbedrag overmaken aan het goede doel 'vzw Groot Eiland': 95.177 euro (89.735 euro voor Accolage, 84.245 euro in 2023 voor Straatverplegers, 48.460 euro in 2022 voor Kinumai).

De andere parameters zijn ietwat teruggevallen. Er werd spaghetti geserveerd op 119 locaties (147 in 2024, 131 in 2023, 60 in 2022), en 5.423 porties spaghetti gegeten (5.911 in 2024, 5.042 in 2023, 2.785 in 2022).

Ook de balieverkoop is teruggevallen. Dat is de verkoop van spaghettiporties via het onthaal van de gemeenschapscentra en Muntpunt. Die richt zich op mensen die zich niet comfortabel voelen met de online bestelling via brusselhelpt.be of geen toegang hebben tot het internet. Er werden 353 borden spaghetti verkocht via de onthaalmedewerkers (ten opzichte van bijna 500 in 2024). Van die balieverkoop gingen 109 porties naar mensen in armoede (tegen 2 euro per portie), dankzij onze samenwerking met Paspartoe.

De Wereld van BRUZZ

Scholen vinden regelmatig de weg naar BRUZZ voor een bezoek aan de redactie en toelichting bij onze werking. In 2025 werden 24 bezoeken georganiseerd voor scholen (humanioraklassen, hogescholen, avondonderwijs, NT2-onderwijs). BRUZZ biedt die rondleidingen gratis aan.

- vrijdag 17/01 CVO semper
- donderdag 16/01: Handelsschool Aalst (pr, taal, communicatie)
- dinsdag 21/01: CVO semper
- vrijdag 31/01: Zennestraal, 1e leerjaar
- dinsdag 04/02: Sint-Jozefcollege Woluwe
- vrijdag 14/02: St-Pietersinstituut Turnhout
- dinsdag 18/02: TA Jette, 5e jaar secundair
- dinsdag 18/03: CVO Brussel, NT2
- vrijdag 28/03 Freinetschool Oudergem (FR)
- dinsdag 1/04: VUB
- maandag 28/04: Sint-Maarten Beveren, 3e graad sec
- dinsdag 29/04: CVO Brussel - NT2
- maandag 5/05: Kompas
- donderdag 8/05 : Sint-Godelieve, Brusseldagen
- donderdag 22/05: BimSem
- dinsdag 20/05: Don Bosco Groot-Bijgaarden
- vrijdag 27/05: Studiebezoek van de Commissie Cultuur, Jeugd & Sport (Raad VGC)
- donderdag 19/06: CVO Lethas
- dinsdag 30/09: Sint-Jan-Berchmanscollege
- dinsdag 21/10: VUB Masteropleiding journalistiek en geschiedenis
- dinsdag 28/10: CVO Brussel
- dinsdag 04/11: VUB Bachelors journalistiek
- donderdag 13/11: Vives Hogeschool, Toegepaste Psychologie
- dinsdag 2/12: CVO Lethas

Rupture

In 2025 hebben we niet langer ingezet op communicatie voor de BRUZZ-documentaire *Rupture*. De film (en dus BRUZZ) heeft wel nog exposure gekregen via algemene aanvragen, in beheer van de vzw Bevrijdingsfilms, en via het schoolpodium-aanbod van de N22 (de Brusselse Gemeenschapscentra).

Vertoningen RUPTURE via algemene aanvraag (Bevrijdingsfilms)

Datum	Locatie
20-1-2025	Odisee Hogeschool Brussel
24-2-2025	CVO Brussel
10-3-2025	Cinema Palace Brussel
10-3-2025	Cinema Palace Brussel
25-3-2025	Cinema Palace Brussel
20-1-2025	Odisee Hogeschool Brussel
24-2-2025	CVO Brussel
10-3-2025	Cinema Palace Brussel
10-3-2025	Cinema Palace Brussel
25-3-2025	Cinema Palace Brussel
2-4-2025	Molenbeek Brussel
29-4-2025	Molenbeek Brussel

6-5-2025 Odisee Campus Brussel
12-5-2025 Athena Kortrijk
12-5-2025 Herman Teirlinck Brussel
13-5-2025 Erasmushogeschool Brussel
18-6-2025 Brussel
25-6-2025 Filmhuis Mechelen
1-7-2025 Athena Kortrijk
5-2-2025 Centre Culturel de Schaerbeek
2-7-2025 CIMIC-KHM
12-7-2025 Yellow Events Schaerbeek
12-11-2025 Sint-Pieterscollege Jette
5-12-2025 Erasmus Hogeschool Brussel
9-12-2025 Klimkaffee Herentals
16-12-2025 Campus Kanal Brussel
17-12-2025 GC Pajottegem Herne
23-12-2025 Denise Grésiac Antwerpen
31-12-2025 Odisee Hogeschool Brussel

Digitale marketing

De digitale marketingfocus van BRUZZ ligt op het promoten van redactionele content via de socialemediakanalen. In het jargon wordt die (betaalde) contentpromotie ook het 'pushen' of 'sponsoren' van content genoemd. Met deze strategie willen we met onze journalistieke verhalen meer en nieuwe gebruikers aanspreken. We promoten soms ook marketingacties via een socialmediacampagne, maar in veel mindere mate.

Social media marketing 2025 in cijfers:

- Aantal campagnes: 81
- Bereik (uniek): 1.695.374
- Weergaves: 2.699.488
- Budget: € 8.971,49

Het aantal campagnes in Meta (Facebook & Instagram) lag in 2025 hoger dan in 2024 (81 ten opzichte van 66), voor hetzelfde budget. Dat is gelukt via AB-testing, waarbij verschillende creaties worden getest en uitgefilterd. We mikken met de socialmediaposts op 'engagement'. Dat wil zeggen dat de post niet alleen bekeken wordt, maar dat de doelgroep ook reageert (via een 'click', een 'comment' of een 'share'). De engagementscijfers lagen in 2025 10% hoger dan in 2024.

O.D. 15. De redactionele strategie van ingangen, labeling en profilering doorvertalen naar de marketingstrategie

De labels BRUZZ Ice, BRUZZ Select en BRUZZKet functioneren als toegangspoort naar specifieke content binnen het brede aanbod van BRUZZ. Die labels hebben een eigen herkenbare huisstijl en worden ondersteund door marketing- of distributieacties.

BRUZZ Ice

BRUZZ Ice maakt onze gebruikers wegwijs in het muziek- en contentaanbod van BRUZZ. Het staat voor nieuwe, stedelijke muziek, Brusselse partytips en een jonge, creatieve lifestyle.

De meest opvallende actie was de concertavond **BRUZZ Ice Invites** in de Vaartkapoen in Molenbeek. Die avond, zaterdag 25 januari 2025, trapte BRUZZ in stijl De Week van de Belgische Muziek af, met een live radioshow en een affiche vol Belgisch talent: Leblanc, Peet en Martha Da'Ro en dj's o'simmie, Ravi Bongo en iNess, die laatste twee uit eigen huis. BRUZZ Ice Invites kreeg de steun telecomprovider Hey! (Orange) als sponsor.



BRUZZ Ice Invites op zaterdag 25 januari 2025 in de Vaartkapoen in Molenbeek

BRUZZ maakt er ook een punt van om bij eigen en partnerevents de Ice-dj's uit eigen stal te boeken of te promoten (tegen *fair pay*):

Events met BRUZZ ICE-dj:

- Horst Festival (01-03/05):
 - o Dj UNOS
- Brussels Pride (17/05)
 - o Rokia Bamba
- De 20 km van Brussel (31/05, eerste sortie van de vernieuwde BRUZZ Bus)
 - o Dj iNess
- BXL Tour (22/06)
 - o Dj Manz
- Couleur Café (27-29/06)

- Dj iNess
- Bar Chaud (25/08 – 29/08)
 - Oersoep
 - Kultura
 - MAMA OD
- For The Now (22/11)
 - Dj UNOS



BRUZZ Ice-dj iNess (en Majorettekete) op de BRUZZ-bus bij de 20 km door Brussel

BRUZZ Select

BRUZZ Select, het label dat toeleidt naar de cultuurtips en -berichtgeving van BRUZZ, krijgt voornamelijk zichtbaarheid via het maandelijks BRUZZ Select-magazine. In september 2025 werd de start van het nieuwe cultuurseizoen extra belicht met een live radioshow en een evenement met de BRUZZ-bus en een operazangeres, op de autoloze zondag.

BRUZZKet

De grootste actie voor BRUZZKet was opnieuw de verdeling van de BRUZZKet-brochure en de speciale BRUZZKet-schoolkalender voor de klassen van het 4^e, 5^e en 6^e leerjaar. Om te hoge drukkosten en ongebruikte kalenders te vermijden, en tegelijk extra visibiliteit en engagement te creëren, werd deze keer een advertentiecampaigned opgezet in print (BRUZZ magazine) en online (BRUZZ.be) met de uitnodiging en een antwoordformulier om de BRUZZKet-schoolkalender te bestellen. Dit in tegenstelling tot de actie in 2024, waar we zonder voorafgaand bericht de kalenders bij alle scholen hebben geleverd.

**De BRUZZKet
schoolkalender**

**bestel nu al een
gratis exemplaar
voor jouw klas**

BRUZZKet, het jongerenplatform van BRUZZ, maakt opnieuw een kalender met leuke weetjes en Brusseltips **voor ketten** van het **4e, 5e en 6e** leerjaar.

Vraag de kalender 2025-2026 aan via de QR-code. Wij leveren hem begin september gratis op jouw school.




The image shows a promotional poster for the BRUZZKet school calendar. The poster has a blue background on the left and a green background on the right. On the right, there is a collage of calendar pages for the months of September, October, November, December, January, February, and March. Each page features a grid of dates, a small illustration of a person, and the text 'BRUZZ Ket' and 'Brussel voor en door ketten'. The overall design is colorful and engaging, aimed at young people.

BRUZZ

Advertentie voor de aanvraag van de BRUZZKet-schoolkalender 2025-2026

De campagne was een succes: er werden 282 kalenders besteld en geleverd in 82 scholen.

O.D. 16. De impact van BRUZZ meten

BRUZZ voert structureel onderzoek naar zijn kwantitatieve en de kwalitatieve impact via verschillende studies. In 2025 werden volgende onderzoeksprojecten uitgevoerd of opgevolgd:

- NORtv Waarderingsonderzoek BRUZZ Televisie Nieuwsaanbod (2025, NORtv – WHYFIVE!)
- BRUZZ Algemeen Waarderingsonderzoek (WHYFIVE!)
- CIM Persstudie 2025

NORtv Waarderingsonderzoek BRUZZ Televisie Nieuwsaanbod (2025, NORtv – WHYFIVE!)

Het waarderingsonderzoek van de regionale omroepen is een jaarlijkse studie in opdracht van de Vlaamse overheid, uitgevoerd door WHYFIVE!. De studie bevraagt de waardering van de nieuwsprogramma's van de regionale zenders. De Vlaamse Overheid hanteert een kwalitatieve score van minimaal 7 op 10 als maatstaf.

De studie werd uitgevoerd op een online panel van 2.958 respondenten over alle provincies. Voor BRUZZ waren er binnen dat panel 127 respondenten. Dat is een eerder beperkte steekproef, die bovendien voor slechts 52% bestaat uit kijkers uit het Brussels Gewest. Ook de scope van de studie (het nieuwsaanbod van de televisiezender) geeft voor BRUZZ slechts een gefragmenteerd beeld. BRUZZ zet daarom ook een eigen, breder waarderingsonderzoek op (zie verder).

Binnen de NORtv-studie onderscheidt BRUZZ televisie zich van de andere regionale omroepen door een jonger en taaldiverser profiel. Het kijkgedrag is bij BRUZZ multimedialer dan bij de andere zenders, met een lager aandeel voor het televisietoestel als platform waar het nieuws wordt geconsumeerd.

Alle regionale televisiezenders halen de beoogde waarderingsscore voor hun algemeen nieuwsaanbod. BRUZZ haalt een score van 7,0. Op programmaniveau halen *BRUZZ 24*, het dagelijkse journaal, en *De Week van BRUZZ* allebei 7,2. *BRUZZ International* en *A La Carte*, de twee televisieprogramma's die in de vorige studies ook nog werden bevraagd, bestaan niet meer.

BRUZZ Waarderingsonderzoek 2025 (WHYFIVE!)

Het BRUZZ Waarderingsonderzoek 2025 is de tweede grootschalige peiling naar de waardering en de mening van de BRUZZ-gebruikers over BRUZZ en alle BRUZZ-kanalen. Het onderzoekt hoe BRUZZ als mediamerk wordt beleefd en waarom dat zo is.

De eerste enquête dateert van eind 2021. Het tweede onderzoek liep van begin februari tot midden maart 2025 via een open oproep op alle BRUZZ-kanalen. De enquête werd volledig ingevuld door 1.990 respondenten. De studie kenmerkt zich door een brede, open bevraging en verzamelde meer dan 10.000 argumenten die de waardering van de deelnemers onderbouwen.

BRUZZ kiest voor een open oproep om een grote steekproef te kunnen bevragen. Het is in het Brussels Gewest bijzonder moeilijk, tot onmogelijk, om via een panel voldoende respondenten te verzamelen (zie ook het NORtv Waarderingsonderzoek).

De oproep werd gecommuniceerd via een campagne, in de verschillende media van BRUZZ. We gingen op zoek naar uiteenlopende meningen, met twee verschillende headlines 'BRUZZ is de max' en 'BRUZZ trekt op niks'.

BRUZZ haalt als mediamerk in deze enquête een tevredenheidsscore van 8,1/10. Dat is een sterke score en een significante stijging ten opzichte van de 7,8 uit het eerste onderzoek.

De scores van de aparte media liggen dicht bij elkaar én telkens hoger dan in de eerste studie. De meest opvallende groei wordt opgetekend bij BRUZZ op de sociale media, van 7,5 in 2021 naar 8,3 in 2025.

BRUZZ Waarderingsonderzoek 2025:

- BRUZZ televisie: 7,6
- BRUZZ app/mobiel: 7,8
- BRUZZ.be op computer: 7,9
- BRUZZ radio: 7,9
- BRUZZ Select Magazine: 7,9
- BRUZZ magazine: 8,1
- de BRUZZ newsletters: 8,2
- de sociale media van BRUZZ: 8,3
- *De Week van BRUZZ*: 8,4

Het onderzoek legt een zeer hoge betrokkenheid van de BRUZZ-volgers bloot. Het hoge aantal deelnemers gaf binnen meerdere thema's 4.959 unieke antwoorden die verder werden geanalyseerd tot 10.102 verschillende argumenten. Voor 85% zijn die argumenten positief, 15% van de argumenten bevat kritische of negatieve feedback.

De analyse van die argumenten legt de zes grote thema's binnen de conversatie bloot: *Kwaliteit van de berichtgeving* (42%), *Voeling met de stad* (26%), *Verbinding* (15%), *Toegankelijkheid* (7%), *Eigen stijl* (6%) en *Aandacht voor het Nederlands* (4%).

Over het algemeen geeft de inhoudelijke analyse een positief beeld van de waardering van BRUZZ. BRUZZ wordt door zijn volgers gezien als een positieve brenger van lokaal nieuws en inspiratie om Brussel te ontdekken. BRUZZ wordt geapprecieerd omdat het als mediaplatform verbinding brengt tussen (taal)gemeenschappen, verschillende generaties, inwoners en niet-inwoners. Het overgrote deel van de respondenten is erg tevreden met de kwaliteit en de betrouwbaarheid van de berichtgeving.

BRUZZ richt zich in het onderzoek ook specifiek naar de kritische gebruikers, met de campagneheadline 'BRUZZ trekt op niks'. De kritische stemmen zijn echter duidelijk in de minderheid. Slechts 5% van het aantal deelnemers geeft BRUZZ 5 op 10 of minder. In 2021 was dat nog 9%. Hun opmerkingen centraliseren zich rond objectiviteit, toegankelijkheid en kwaliteit, zij het met zeer lage percentages. BRUZZ is in hun ogen gekleurd of niet objectief (1,1%), niet toegankelijk voor iedereen (1,0%) of heeft weinig diepgang of journalistieke kwaliteit (0,9%).

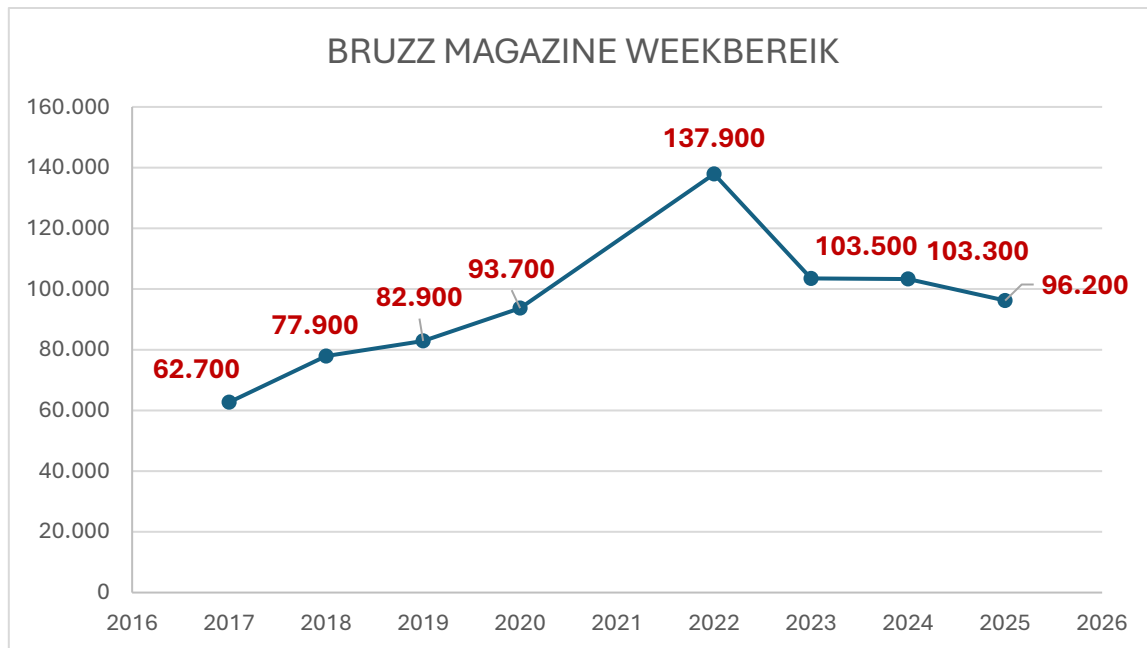
CIM Persstudie 2025

In de nationale persstudie van CIM (Centrum voor Informatie over de Media) wordt het lezersbereik van alle Belgische printmedia gemeten, op papier en digitaal. Binnen CIM is BRUZZ magazine het enige

BRUZZ-kanaal dat voldoende respondenten heeft om tot betrouwbare en publiceerbare cijfers te komen.

BRUZZ magazine bereikt volgens de Persstudie 2025 96.200 lezers per week. Dat is een lichte daling ten opzichte van 2024 (103.300 lezers). Het maandbereik (het gecumuleerd bereik na vier nummers) is dan weer gevoelig gestegen: van 174.500 naar 203.500 unieke lezers.

Ondanks de dalende oplage noteert het lezersbereik van BRUZZ magazine een structurele groei. In 2017, het jaar van de lancering van het eengemaakte BRUZZ magazine, lag het weekbereik op 62.700 lezers, met een oplage van 65.000 exemplaren. Vandaag verspreiden we iets minder dan 48.000 exemplaren per week.



De CIM Persstudie geeft ook inzicht in het regionale bereik van BRUZZ magazine. Het weekblad heeft een sterke positie in Brussel (39% van de lezers) en wordt ook zeer goed gelezen in Vlaanderen, voornamelijk in de provincies Vlaams-Brabant (22%), Antwerpen (16%) en Oost-Vlaanderen (12%).

De CIM-studie geeft ook informatie over het taalprofiel van het lezerspubliek. Dat was stabiel over de jaren heen, maar kent nu een terugval op het vlak van het aantal Franstaligen, van 32% naar 25%.

O.D. 17. Optimale visibiliteit binnen jaarlijks vastgelegde oplagedoelstelling

BRUZZ magazine is in 2025 verdeeld op een gemiddelde oplage van 48.748 exemplaren, ongeveer evenveel als in 2024 (48.785 exemplaren) en dus ook iets lager dan de oplagedoelstelling van 50.000 exemplaren.

Er zijn 44 nummers verschenen van BRUZZ magazine, dat is één nummer minder dan aanvankelijk gepland. De editie van 29 oktober (in de herfstvakantie) werd omwille van besparingsdoeleinden geschrapt. Er zijn 9 nummers van BRUZZ Select-magazine verschenen.

BRUZZ magazine verschijnt wekelijks op woensdag en wordt verdeeld via abonnementen (60%) en via een netwerk van losse distributiepunten (40%). Een abonnement op BRUZZ magazine is gratis voor wie in Brussel woont. Voor abonnementen buiten Brussel hanteert BRUZZ een beperkt jaartarief van 29 euro in België buiten Brussel en 35 euro in het buitenland.

De gemiddelde oplage van het magazine is structureel dalend, te wijten aan de daling van het aantal abonnees. Verouderde en foutieve adressen worden systematisch uit het abonneebestand verwijderd. In 2025 was de daling minder uitgesproken dan andere jaren.

Abonnementen

BRUZZ magazine had in 2025 gemiddeld 29.994 abonnees. Er werden 1.918 nieuwe abonnees aangetrokken, en 2.774 abonnementen geschrapt. De netto uitstroom (-856 abonnees) ligt lager dan in 2024 (-1.239), 2023 (-1.069) en 2022 (-1.751).

De uitstroom van abonnees is een structureel gegeven. Abonnees zetten hun abonnement stop om drie redenen: het overstappen naar de digitale kanalen van BRUZZ, het verhuizen uit Brussel of te hoge leeftijd van de lezer.

Toekomststrategie

De huidige strategie van BRUZZ, met een gratis abonnement voor inwoners van Brussel, is in de toekomst niet houdbaar. Dit als gevolg van sterk gestegen tarieven van Bpost. Tot en met eind 2026 wordt de meerkost door de federale overheid gecompenseerd door een belastingkrediet. Vanaf 1 januari 2027 moeten we rekening houden met de volledige kosten van de verzending.

Ondertussen is de sector van de persverdelers in volle verandering. Er zijn momenteel drie bedrijven (volwaardig) actief op vlak van persverdeling: Bpost (met AMP), PPP en BD Media. Bij alle spelers staat de kwaliteit van levering onder druk. PPP en BD Media melden te werken aan de uitbreiding en de professionalisering van hun diensten.

BRUZZ heeft in 2025 gewerkt aan contacten in de sector van tijdschriftenverdeling en van abonnementenbeheer, en ondertussen de contouren voor het toekomstige distributiemodel uitgewerkt en vastgelegd. Dat model moet vanaf begin 2027 geïmplementeerd zijn.

Het nieuwe distributiemodel is gebaseerd op drie pijlers:

1. BRUZZ magazine is gratis beschikbaar in Brussel. De oplage die verdeeld wordt via losse distributie zal worden verhoogd.
2. Het blijft mogelijk om BRUZZ magazine thuis te ontvangen, maar dan via een betalend abonnement, zowel in Vlaanderen als in Brussel.
3. BRUZZ behoudt de ruimte om specifieke doelgroepen toch gratis een magazine thuis te bezorgen.

Het stoppen van het gratis aanbod zal een daling van het aantal abonnees als gevolg hebben. BRUZZ heeft de absolute ambitie om zoveel mogelijk gratis abonnees om te zetten naar betalende abonnees, via een uitgekiende marketingstrategie, maar zal ook het gratis aanbod versterken. We houden vanaf 2027 rekening met een daling van de totale oplage en zullen ook de advertentietarieven aanpassen.

Losse distributie

BRUZZ magazine had in 2025 een losse distributie van gemiddeld 18.754 exemplaren in een netwerk van ongeveer 500 distributiepunten, met verschillende type displays aangepast aan de locatie. Het overzicht van de verdeelpunten is raadpleegbaar via de site van BRUZZ: <https://www.bruzz.be/bruzz-de-stad-verdeelpunten>. Voor de verdeling binnen Brussel werkt BRUZZ zowel met gemotoriseerd vervoer als met een fietscoöperatieve, Urbike uit Anderlecht.



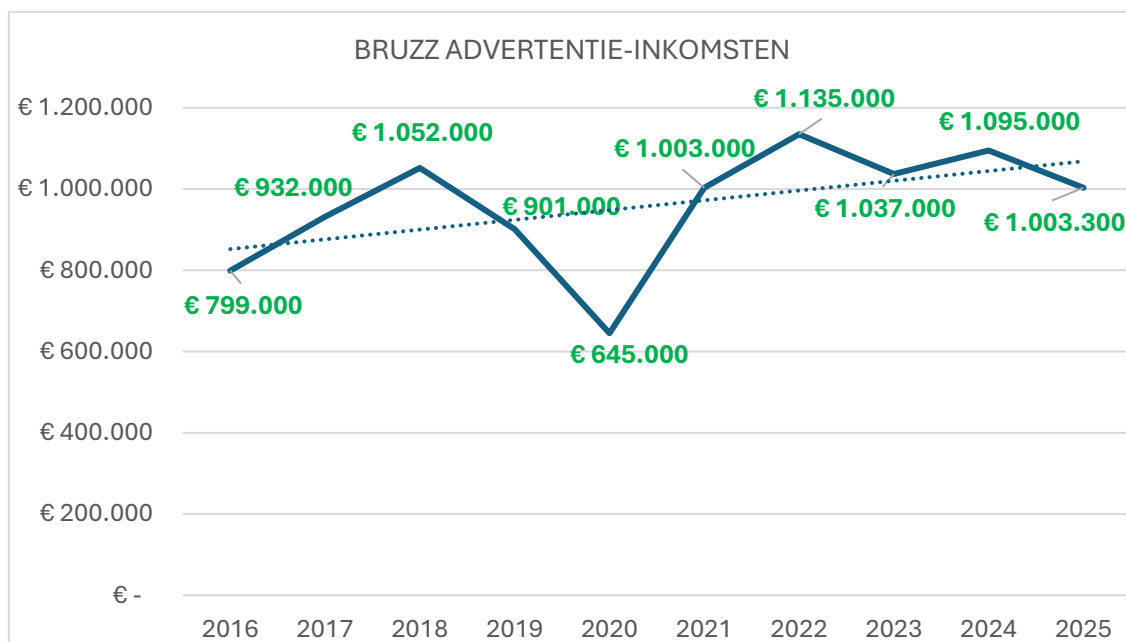
Cargobike van de fietsorganisatie Urbike voor de verdeling van BRUZZ Magazine

Extra distributie

Het project 'Nieuws in de Klas' werd in 2026 verdergezet. In dat project kunnen Vlaamse leerkrachten een nieuwspakket bestellen met nationale kranten, weekbladen en een exemplaar van BRUZZ magazine. 'Nieuws in de Klas' is een initiatief van Mediawijs, Vlaamse Nieuwsmedia, WE MEDIA, StampMedia, VRT NWS en meemoo met de steun van de Vlaamse Overheid. Er werden in 2025 in het totaal 2.763 exemplaren van BRUZZ magazine in een nieuwspakket verdeeld.

O.D. 18. De salesinkomsten structureel doen stijgen

BRUZZ haalde in 2025 1.003.300 euro uit advertenties. Dat cijfer ligt lager dan de omzet in het verkiezingsjaar 2024 (1.095.000 euro, en ook iets lager dan het vooropgestelde budget van 1.040.000 euro.



Dat tekort heeft twee belangrijke redenen. Door het uitblijven van een Brusselse regering werd er minder gecommuniceerd vanuit de gewestelijke overheidsdiensten zelf, en stonden ook andere advertentiebudgetten onder druk. Na afwezigheid en het vertrek van een van de twee salesmedewerkers in het eerste semester, was het salesteam pas vanaf de zomer weer compleet.

Organisatie

Het salesteam van BRUZZ bestaat uit twee medewerkers onder leiding van de commercieel directeur. Dat team staat in voor de bulk van de advertentieomzet en staat in voor klantencontacten, prospectie, offertes, negociatie, mediaplanning, materiaalopvolging en rapportering. De advertentieomzet wordt aangevuld door inkomsten vanuit structurele cultuurpartnerships en vanuit externe regiesamenwerkingen.

Regiesamenwerkingen

De omzet vanuit samenwerkingen met andere media of regies gaat over het algemeen in dalende lijn. Minder dan 5% van de totale advertentieomzet (44.362 euro) wordt gegenereerd vanuit samenwerkingen met andere media of regies.

Historisch is de belangrijkste samenwerking die met Roularta Local Media voor advertenties in BRUZZ magazine. Roularta verkoopt die in combinatie met De Zondag. In 2017 was die samenwerking nog goed voor meer dan 200.000 euro. Ten opzichte van 2024 is de Roularta-omzet opnieuw gehalveerd:

- Roularta Local Focus 2025: 18.300 euro

Met de nationale regie Ads&Data werken we samen voor de trafficking (technische plaatsing en opvolging) van de online campagnes (van de adverteerders) van BRUZZ. Daarnaast plaatst Ads&Data ook nationale campagnes op BRUZZ.be en betaalt BRUZZ daarvoor een commissie:

- Ads & Data 2025: 10.782 euro

Ook de inkomsten uit de samenwerking met de andere regionale televisiezenders is beperkt. Via NORtv (de koepel van de Vlaamse regionale televisiezenders) onderhoudt BRUZZ commerciële contacten met de regionale zenders via de exploitatiewerkgroep. Er was in 2025 geen nationale advertentieregie actief voor de regionale omroepen, ondanks een ongoing zoektocht.

- NORtv (of regionale omroepen) 2025: 10.600 euro

De ad hoc samenwerking met de commerciële collega's van BX1 is in 2025 opnieuw een beetje teruggevallen, van 18.000 euro in 2024 naar minder dan 5.000 euro in 2025:

- BX1 2025: 4.680 euro

De Weik van 't Brussels

Nieuw in de saleswerking 2025 was de actie rond 'De Weik van 't Brussels' in samenwerking met Brusseleir en verschillende acteurs van het Brussels Volkstejoêter. Het aanbod bestond uit de productie en de uitzending van reclamecampagnes op radio in het Brussels dialect. Elf partners en adverteerders hebben ingetekend: Fostplus, Thermae, The House, City2, Familiehulp, de Erfgoedbank (VGC), Paspartoe (VGC), Atomium, Design Museum Brussel, NMBS en Brusseleir. De actie liep van 22 november tot 6 december en past in de strategie om nieuwe, creatieve en relevante advertentieformules te ontwikkelen voor de Brusselse partners en adverteerders.

Technologie en productie

O.D. 19. BRUZZ zal zijn productieapparaat moderniseren en flexibel uitbouwen mét behoud van de betrouwbaarheid

Radioplayout

Een radioprogramma staat of valt met een goede radioplayout en automatisatie. Een playoutsysteem bevat alle tools om een radioshow te maken: van automatisatie en audio-editor tot muziekdatabase en integratie met geluidstafels. Onze radiopresentatoren werken al jarenlang met Zenon Media. Hoewel dat een degelijk systeem is, is het in de loop der tijd verouderd. Er worden geen verbeteringen meer aangebracht en de ondersteuning laat te wensen over. Daarom zijn we in 2025 op zoek gegaan naar een nieuw radioploutingsysteem. Hiermee hoopten we meer processen te automatiseren en een stabiel systeem te verkrijgen. We zijn in gesprek gegaan met verschillende partners om dat te realiseren.

Omdat het oude playoutsysteem van de radio niet meer voldeed aan de noden en we zo verplicht waren om het te vernieuwen, zijn er in 2025 verschillende nieuwe systemen onderzocht. Daarbij werd OmniPlayer als beste nieuwe systeem geëvalueerd. Het beantwoordt aan alle huidige noden en is futureproof om ook de volgende jaren de evoluties in radio blijvend te ondersteunen. Een bijkomend groot voordeel van OmniPlayer is dat het alomtegenwoordig is in het Vlaamse radiolandschap (VRT, DPG, e.a.) en ook onderdeel is van de radio-opleiding aan het RITCS – Erasmushogeschool. Dit maakt de doorstroom van jonge makers en nieuw talent extra laagdrempelig. De implementatie, migratie en training van de medewerkers werd met grote zorg in de zomermaanden van 2025 georganiseerd en verliep vlekkeloos voor de makers en de luisteraars. (Investering: 43.480 euro – 5 jaar)

FM en DAB+

BRUZZ is eigenaar van de zendmast en zendinstallaties voor de FM- en DAB+-uitzendingen. De mast bevindt zich op het dak van een woontoren in de Lakense Haard. De hele site van de Lakense Haard ondergaat een totale renovatie die stapsgewijs wordt gerealiseerd. De renovatie van de respectievelijke woontoren werd initieel aangekondigd voor het eerste kwartaal van 2025, maar is uitgesteld tot 2026. Toch hebben we in 2025 het nodige onderzoek gedaan om een nieuwe duurzame en economische oplossing voor de FM- en DAB+-uitzendingen te bepalen. Het best passende model hiervoor is een full-service dienstenovereenkomst met een nieuwe partner die vanaf mei 2026 de uitzendingen zal verzorgen (incl. SLA-bepaling) vanop een nieuwe zendlocatie.

BRUZZ-bus

De BRUZZ-bus kreeg in 2025 een visuele en audiovisueel-technische update. Dit maakt de BRUZZ-bus opnieuw vlot inzetbaar voor verschillende redactionele en promotionele producties. De herkenbare Brusselse blikvanger zal zo terug vaker in het straatbeeld van de stad te zien zijn en ondersteunt vanaf nu beter zijn functie om op een snel inzetbare manier de stad op de BRUZZ-mediakanalen te laten zien.

Podcaststudio

In 2024 kreeg onze compacte tweede radiostudio reeds een technische update. We hadden gepland om die in 2025 verder technisch te verbeteren om meer contenttypes plug-and-play te ondersteunen. De geplande investering zou er bijvoorbeeld voor zorgen dat visuele podcasts volautomatisch geproduceerd kunnen worden. Door budgettaire besparingen waren we verplicht deze investering in 2025 te schrappen. Dit wil niet zeggen dat visuele podcasts niet mogelijk zijn, maar ze worden voorlopig nog steeds in hoofdzaak ad hoc technisch en productioneel ondersteund, in plaats van via de geplande volautomatische werking. De investering blijft een nood, maar zal worden opgenomen als onderdeel van de grotere oefening voor de volledige vernieuwing van de videoflow die we willen realiseren begin 2027.

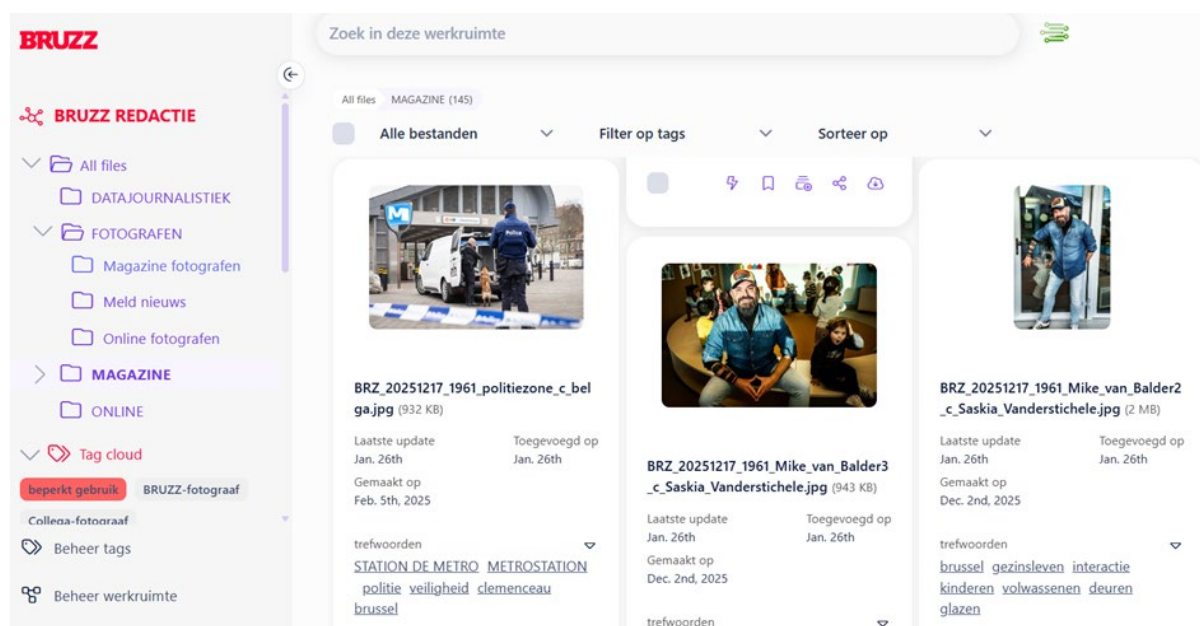
Vernieuwing videoflow 2027

In het beleidsplan 2026–2030 werd beslist om de videowerking grondig te herzien en online-first te maken. De migratie en implementatie willen we realiseren begin 2027. De eerste fase van deze impactvolle verandering werd reeds opgestart eind 2025. In het kader van de timing van het geheel van dit project werd beslist om de implementatie van het planningssysteem uit te stellen.

O.D. 20. BRUZZ zet in op innovatie en het samenwerken met technologische partners

Digital Assets Management (DAM): Razuna

Een DAM-systeem laat BRUZZ toe om alle foto's centraal te beheren en organisatiebreed toegankelijk te maken, aangevuld met AI-ondersteunde metadata. Na een vergelijking van nationale en internationale aanbieders kwam Razuna als meest geschikte partner naar voren, passend bij onze behoeften, ons budget en onze groeiplannen. BRUZZ werkt inmiddels al met Razuna: het systeem wordt al gebruikt voor alle brandingassets, de redactiestructuur is opgezet en de koppeling met website en redactiesystemen volgt begin 2026.



Deelname aan het project Shared AI voor metadataverrijking

In 2025 nam BRUZZ deel aan Shared AI, een innovatieproject rond geautomatiseerde metadataverrijking voor audiovisuele archieven. Het project werd getrokken en begeleid door Meemoo, het Vlaams Instituut voor het Archief, en kadert binnen het relanceplan 'Vlaamse Veerkracht' van de Vlaamse overheid. Doel van het initiatief is om mediabedrijven en archieven te ondersteunen bij het efficiënter ontsluiten van hun audiovisuele collecties via artificiële intelligentie.

Aan het project namen naast BRUZZ ook VRT en de regionale-tv-omroepen deel. Iedere deelnemer leverde een geselecteerd deel van zijn audiovisueel archief aan, zodat Meemoo dit materiaal kon verwerken met een reeks geavanceerde AI-technieken.

De metadataverrijking richtte zich op onder andere:

- spraakherkenning voor nauwkeurige transcripties en doorzoekbare dialogen;

- entiteitsherkenning (zoals namen van personen, locaties en organisaties);
- gezichtsdetectie en -herkenning om archiefmateriaal sneller te kunnen identificeren en structureren.

De resultaten van het Shared AI-project vormen een belangrijke stap richting een beter doorzoekbaar en duurzaam inzetbaar audiovisueel archief. Door de verrijkte metadata kunnen redacties efficiënter werken, wordt historisch materiaal sneller teruggevonden en kunnen we ons archief in de toekomst breder en gericht valoriseren.

O.D. 21. BRUZZ zal tijdens dit beleidsplan de huisvesting voor na 2026 onderzoeken

In juni 2024 besliste het bestuur van BRUZZ om de huurovereenkomst met de nv Flagey te verlengen tot 30 juni 2033. Daarbij speelden verschillende factoren een belangrijke rol, zoals de historische functie van het radiogebouw, de centrale ligging in de stad, de goede bereikbaarheid met het openbaar vervoer en de inspanningen van de eigenaar om het gebouw duurzamer te maken. Bovendien is de huurprijs marktconform.

De beslissing om al dan niet te verlengen moest al vóór 2026 worden genomen, omdat BRUZZ samen met zijn audiovisuele partner EMG investeerde in een nieuwe regiekamer voor televisie-uitzendingen. Dankzij de verlenging tot 2033 krijgt BRUZZ voldoende tijd om deze belangrijke investering af te schrijven.

Het gevolg van de verlenging is wel dat BRUZZ op dit moment gebonden is aan de bestaande huisvesting en dat dit een belangrijke en grotendeels vaste kost vertegenwoordigt binnen een context waarbij de subsidies en het personeelsbestand verminderd zijn en de evolutie in de mediawereld mogelijk andere behoeften met zich meebrengt op het vlak van technische en studioruimte.

O.D. 22. BRUZZ zal een voorbeeldorganisatie worden op het vlak van duurzaamheid en wil zijn ecologische voetafdruk maximaal beperken

2025 was voor BRUZZ in de eerste plaats een jaar van financiële bijsturing en organisatorische voorbereiding op de nieuwe beleidsperiode. Die focus liet weinig ruimte voor de uitrol van een volwaardig duurzaamheidsprogramma. Initiatieven die in het werkingsprogramma werden aangekondigd - zoals een intern duurzaamheidsevent, een uitgebreidere leveranciersduurzaamheidstoets en een partnerbijeenkomst rond het Green Charter - werden bewust doorgeschoven naar later.

Toch toonde 2025 op kleine schaal aan dat besparing en een kleinere milieu-impact vaak hand in hand gaan. Een concreet voorbeeld daarvan is de vervanging van de bestaande drinkwatersystemen op de werkvloer. Het Dripl-systeem en het Culligan-systeem — beide relatief duur in gebruik en onderhoud, en minder duurzaam door hun verbruik van energie, en door het bijbehorende transport en de verpakkingsmaterialen — werden vervangen door eenvoudiger, efficiëntere waterfonteintjes. Die ingreep verlaagt de werkingskosten structureel en levert een bescheiden maar tastbare bijdrage aan een kleinere ecologische voetafdruk van de organisatie. Het is precies het soort kleine, praktische keuze die BRUZZ in de komende beleidsperiode verder wil maken: ingrepen die zowel financieel verstandig als ecologisch verantwoord zijn.

Financieel verslag

Het boekjaar 2025 werd afgesloten met totale bedrijfsopbrengsten van 11.666.702 euro en totale bedrijfskosten van 11.958.806 euro. Het nettoverlies bedraagt 301.481 euro, tegenover een verlies van 717.953 euro het jaar daarvoor. Het balanstotaal per 31 december 2025 bedraagt 4.719.170 euro.

Dat verlies vraagt om duiding. Het is nagenoeg volledig toe te schrijven aan eenmalige, uitzonderlijke kosten verbonden aan ingrepen die in de loop van 2025 werden doorgevoerd: verbrekings- en opzegvergoedingen als gevolg van het ontslag van vier medewerkers en de opzeg van de algemeen directeur. De ingrepen waren ingrijpend, maar noodzakelijk om de organisatie structureel gezond te maken voor de komende beleidsperiode met significant lagere subsidies.

In de loop van 2025 werden meerdere besparingsrondes doorgevoerd om een negatieve financiële situatie te keren. Die besparingen hebben deels hun uitwerking gehad in het voorbije boekjaar en zullen verder hun uitwerking hebben in 2026.

De bedrijfsopbrengsten bestonden voor het overgrote deel uit subsidies (8.557.142 euro) en advertentie-inkomsten (925.323 euro, exclusief ruilovereenkomsten). De personeelskosten bedroegen 4.177.644 euro, tegenover 4.641.829 euro het jaar voordien. Het personeelsbestand daalde van gemiddeld 53,0 VTE naar 50,0 VTE.

Het nettoverlies van 301.481 euro wordt als volgt verwerkt: 233.394 euro wordt in mindering gebracht van de bestemde fondsen, overeenkomstig de afschrijvingen op investeringen gedaan sinds 2022, en 68.087 euro wordt in mindering gebracht van de overgedragen winst, die daarmee uitkomt op 1.215.567 euro. De financiële positie van BRUZZ blijft door deze verwerking solide. Bestemde fondsen en overgedragen winst bedragen samen 2,2 miljoen euro. De reserves die in het verleden met zorg werden opgebouwd, vangen dit overgangsjaar precies op waarvoor ze bedoeld zijn.

De efficiëntieoefeningen worden in 2026 verdergezet, in lijn met de verlaagde subsidiaire enveloppe. De financiële voortgang wordt maandelijks in detail gemonitord en gerapporteerd.

Hieronder een kort overzicht van de werkelijke en gebudgeteerde opbrengsten en kosten van 2025 alsook een korte balans op 31/12/2025

OVERZICHT OPBRENGSTEN EN KOSTEN			
	ACTUAL 2025	FULL YEAR BUDGET 2025	FULL YEAR ACTUALS 2024
Omzet	2.362.506 €	1.930.400 €	2.059.846 €
Ruil	- 1.098.092 €	- 600.000 €	- 688.024 €
Eigen inkomsten zonder ruil	1.264.413 €	1.330.400 €	1.371.822 €
Toelage	8.557.142 €	8.481.535 €	8.489.572 €
Andere bedrijfs opbrengsten	746.591 €	203.114 €	468.829 €
Bedrijfskosten	11.967.725 €	10.701.049 €	11.749.917 €
Ruil	- 1.098.092 €	- 600.000 €	- 688.024 €
Kosten zonder ruil	10.869.633 €	10.101.049 €	11.061.893 €
Financiële opbrengsten/kosten	6 €	- €	13.717 €
Uitzonderlijke opbrengsten/kosten		- €	
Resultaat	- 301.481 €	- 86.000 €	- 717.953 €

A-ACTIVA	2025	2024	P-PASSIVA	2025	2024
Vaste Activa	723.283 €	758.602 €	Eigen vermogen en voorzieningen	2.767.093 €	3.068.573 €
Vlottende activa	3.995.887 €	3.846.677 €	Vreemd vermogen	1.952.077 €	1.536.706 €
Totaal Activa	4.719.170 €	4.605.279 €	Totaal Passiva	4.719.170 €	4.605.279 €

Met het oog op de reconciliatie met de beheersovereenkomst hierbij de algemene nettokosten van de openbare dienstverplichtingen in 2025, de subsidiabele nettokosten van de openbare dienstverplichtingen in 2025 en de kosten per medium

Algemene netto-kost openbare dienstverplichtingen 2025

Totale kosten	11.967.725 €
Ruil	- 1.098.092 €
	10.869.633 €
Publiciteitsinkomsten	- 1.003.329 €
	9.866.304 €

Subsidiabele netto-kosten openbare dienstverplichtingen 2024

Netto-kost	9.866.304 €
Marketingkosten	- 349.071 €
Strategische/Juridische kosten	- 4.019 €
	9.513.214 €

Ontvangen subsidies

Vlaamse Gemeenschap	6.749.600 €
Vlaamse Gemeenschapscommissie	1.800.062 €
	8.549.662 €

Kosten per medium	Online/CR	TV	Radio	Print
Beheer	7.812 €		121 €	40 €
Freelance	917.674 €	327.953 €	391.116 €	241.349 €
Productie	33.373 €	1.004.116 €	114.449 €	956.726 €
Verkoop	23.375 €			
	982.234 €	1.332.069 €	505.686 €	1.198.116 €

Opbrengsten	Actuals 2025	Budget 2025
71ON - Advertenties Online		
700200 - ADVERTENTIES ONLINE	211.026	140.000
<i>Totaal: 71ON - Advertenties Online</i>	<i>211.026</i>	<i>140.000</i>
71PR - Advertenties Print		
700100 - ADVERTENTIES	509.827	500.000
700110 - CULTUURSPECIAL	179.377	56.000
700300 - FOLDERS	58.666	40.000
<i>Totaal: 71PR - Advertenties Print</i>	<i>747.870</i>	<i>596.000</i>
71RA - Advertenties Radio		
700500 - RECLAMESPOTS RADIO	235.999	192.000
700510 - AANMAAK RECLAMESPOTS RADIO	15.760	12.000
<i>Totaal: 71RA - Advertenties Radio</i>	<i>251.759</i>	<i>204.000</i>
71TV - Advertenties TV		
700040 - VERKOOP BEELDMATERIAAL	3.485	-
700050 - VERKOOP EIGEN PRODUCTIES TV	265	-
700055 - RECUPERATIE PRODUCTIEKOSTEN	74.256	-
700400 - RECLAMESPOTS TV	100.605	100.000
700420 - RECLAMEREGIE RTVM	5.174	-
700430 - Publireportages	1.965	-
<i>Totaal: 71TV - Advertenties TV</i>	<i>185.749</i>	<i>100.000</i>
71UA - Verkoop Pakketten		
700700 - Korting advertenties	437.184	-
700720 - EVENEMENTSPONSORING PAKKETTEN	44.108	-
<i>Totaal: 71UA - Verkoop Pakketten</i>	<i>393.076</i>	<i>-</i>
<i>Totaal: 70_PI - Publiciteitsinkomsten</i>	<i>1.003.329</i>	<i>1.040.000</i>
71ZU - Advertenties Ruil		
706000 - MEDIARUILOVEREENKOMSTEN	1.098.092	600.000
<i>Totaal: 71ZU - Advertenties Ruil</i>	<i>1.098.092</i>	<i>600.000</i>
<i>Totaal: 71ZZ - Ruil Andere</i>	<i>1.098.092</i>	<i>600.000</i>
72DI - Inkomsten Distributie		
700030 - DISTRIBUTIE PROXIMUS	102.480	120.000
700060 - DISTRIBUTIE TELENET	67.239	74.400
700065 - DISTRIBUTIE ORANGE	70.650	72.000
<i>Totaal: 72DI - Inkomsten Distributie</i>	<i>240.370</i>	<i>266.400</i>
72OV - Overige Eigen Inkomsten		
700001 - ABONNEMENTEN PRINT	20.715	24.000
<i>Totaal: 72OV - Overige Eigen Inkomsten</i>	<i>20.715</i>	<i>24.000</i>
<i>Totaal: 70 - Omzet</i>	<i>2.362.506</i>	<i>1.930.400</i>
73 - Lidgeld, schenkingen, legaten en subsidies		
73AS - Andere subsidies		
737200 - Subsidie Netonlive	7.480	-
<i>Totaal: 73AS - Andere subsidies</i>	<i>7.480</i>	<i>-</i>
73VC - Subsidie Vlaamse Gemeenschapscommissie		
737100 - SUBSIDIE VLAAMSE GEMEENSCHAPSCOMMISSIE	1.715.580	1.715.580
737130 - SUBSIDIE PROJECTEN VLAAMSE GEMEENSCHAPSCOMMISSIE	84.482	85.155
<i>Totaal: 73VC - Subsidie Vlaamse Gemeenschapscommissie</i>	<i>1.800.062</i>	<i>1.800.735</i>
73VG - Subsidie Vlaamse Gemeenschap		
737000 - SUBSIDIE VLAAMSE GEMEENSCHAP	6.500.000	6.461.000
737030 - SUBSIDIE PROJECTEN VLAAMSE GEMEENSCHAP	249.600	219.800
<i>Totaal: 73VG - Subsidie Vlaamse Gemeenschap</i>	<i>6.749.600</i>	<i>6.680.800</i>
<i>Totaal: 73 - Lidgeld, schenkingen, legaten en subsidies</i>	<i>8.557.142</i>	<i>8.481.535</i>
74 - Overige bedrijfsopbrengsten		
740OV - Overige en financiële opbrengsten		
740000 - RECUPERATIE MARIBEL	118.335	119.000
740100 - RECUPERATIE SOCIAL PROFIT	44.651	48.000
740150 - RECUPERATIE BEDRIJFSVOORHEFFING	7.433	7.800
740160 - VOORDEEL NATURA RSZ	120	480
740210 - VOORDELEN IN NATURA	5.287	1.971
740300 - Recuperatie Overeenkomst NMBS	21.064	21.522
740900 - TERUGBETALING DIENSTWAGEN	952	4.341
743000 - Diverse bedrijfsopbrengst	547.825	-
745000 - GIFTEN ACTIES	1.390	-
757000 - Verkregen disconto's	304	-
757010 - Betalingsverschil aankoop	768	-
<i>Totaal: 740OV - Overige en financiële opbrengsten</i>	<i>746.591</i>	<i>203.114</i>
<i>Totaal: 74 - Overige bedrijfsopbrengsten</i>	<i>746.591</i>	<i>203.114</i>
<i>Totaal: A70/74 - Bedrijfsopbrengsten</i>	<i>11.666.239</i>	<i>10.615.049</i>

Kosten	Actuals 2025	Budget 2025
61AD - Administratie		
611020 - VERZENDINGS/LEVERINGSKOSTEN SECRETARIAAT	439	120
611025 - KANTOORBENODIGDHEDEN	5.883	8.040
611026 - ONDERHOUD KANTOORMATERIAAL	2.435	2.776
611027 - KANTOORINRICHTING	4.019	2.003
611050 - LIJGELDEN	16.542	17.100
611060 - WETTELIJKE BEKENDMAKINGEN	84	150
611100 - ERELOON BOEKHOUDING	260.503	119.465
611110 - ERELOON SOCIAAL SECRETARIAAT	21.920	20.164
611111 - DIENSTPRESTATIES MAALTIJDCHEQUES	5.189	6.300
611120 - ERELOON ADVOCaat	4.243	4.000
611130 - ERELOON DIVERSE	291.611	225.085
611200 - REPRESENTATIEKOSTEN	6.686	5.100
611300 - VERGADERKOSTEN	15.764	14.400
611500 - VERZEKERING BESTUURDERS	1.417	1.250
623300 - AANWERVING PERSONEEL	9.300	20.000
Totaal: 61AD - Administratie	646.035	445.953
61HU - Huisvesting		
610000 - HUUR	320.614	357.146
610001 - HUURLASTEN	117.814	121.161
610100 - INRICHTING LOKALEN	1.508	-
610200 - ONDERHOUD LOKALEN	78.361	67.312
610201 - ONDERHOUDSPRODUCTEN & HYGIENE	11.691	18.010
610400 - ELEKTRICITEIT/GAS/WATER	73.583	45.195
610500 - VERZEKERINGEN ALGEMEEN	25.770	23.283
Totaal: 61HU - Huisvesting	629.342	632.106
61IT - Techniek & IT		
610211 - Externe medewerkers Techniek	28.574	4.000
611015 - INTERNET	28.614	13.530
611030 - AANKOOP HARDWARE	1.490	7.000
611032 - AANKOOP/ONTWIKKELING SOFTWARE	59.535	18.961
611033 - ONDERHOUD/INSTALLATIE/ASSISTENTIE SOFTWARE	72.662	53.237
623099 - TANKEN DIENSTVOERTUIGEN	271	-
623100 - DIENSTVOERTUIGEN	19.798	26.298
Totaal: 61IT - Techniek & IT	210.943	123.026
Totaal: 61 1AD - Administratie	1.486.320	1.201.086
61_2RA - Redactie Algemeen		
61BE - Redactie Algemeen - Beheer		
610300 - TECHNISCH MATERIAAL	10.219	13.200
610301 - INSTALLATIE/ONDERHOUD TECHNISCH MATERIAAL	1.046	-
611010 - VASTE TELEFONIE	4.560	7.018
611011 - MOBIELE TELEFONIE	16.083	17.561
611012 - TELEFOONINSTALLATIE	-	2.680
611038 - Redactiesysteem	23.640	32.872
611065 - DOMEINNAMEN	682	530
611070 - ABONNEMENTEN KRANTEN	5.808	5.820
611075 - ABONNEMENT BELGA	107.699	122.164
613000 - ONKOSTEN REDACTIE ALGEMEEN	1.438	-
613600 - PARKEERTICKETS	2.728	2.200
614100 - Onderhoud en SLA BRUZZ BE	40.661	49.608
Totaal: 61BE - Redactie Algemeen - Beheer	214.564	253.654
Totaal: 61_2RA - Redactie Algemeen	214.564	253.654
61_3CR - Centrale Redactie/Online		
61BC - Beheer Centrale Redactie/Online		
612180 - CR-ONKOSTEN VASTE REDACTIE AGENDA	3.645	6.045
612185 - CR-REISKOSTEN CENTRALE REDACTIE	4.166	709
612195 - CR-INTERNET CENTRALE REDACTIE ONLINE	-	450
Totaal: 61BC - Beheer Centrale Redactie/Online	7.812	7.204
61CF - Freelance Centrale Redactie		
612210 - CR-FREELANCE REDACTIE UIT - ERELONEN	1.678.990	1.226.811
612211 - CR-FREELANCE HOOFDREDACTIE	199.102	169.894
Totaal: 61CF - Freelance Centrale Redactie	1.878.092	1.396.705
61CP - Productie Centrale Redactie		
611236 - HOSTING CENTRALE REDACTIE	33.373	40.133
Totaal: 61CP - Productie Centrale Redactie	33.373	40.133
61CV - Verkoopkosten Centrale Redactie		
617003 - COMMISSIE ADVERTENTIES ONLINE	23.375	14.000
Totaal: 61CV - Verkoopkosten Centrale Redactie	23.375	14.000
Totaal: 61_3CR - Centrale Redactie/Online	1.942.652	1.458.042

	Actuals 2025	Budget 2025
61_4TV - Televisie		
61BH - BEHEER TV		
612480 - ONKOSTEN VASTE REDACTIE TV	-	1.380
Totaal: 61BH - BEHEER TV	-	1.380
61TF - Freelance TV		
612445 - ERELOON ONDERTITELING ANDERSTALIG	-	72.290
612455 - ERELOON REGIE TV	-	49.140
612460 - ERELOON KLEDIJ TV	-	1.000
612465 - SCHMINK TV	-	10.000
Totaal: 61TF - Freelance TV	-	132.430
61TP - Productie TV		
614500 - FACILITAIRE KOSTEN TV	978.917	589.075
614510 - HUUR MATERIAAL TV	-	363.683
614515 - DIVERSE	-	11.914
614516 - KLEIN MATERIAAL	579	-
614550 - AUTEURSRECHTEN TV	7.414	12.352
614560 - VERBINDING VRT	-	8.958
614570 - HOSTING TV	17.205	21.196
Totaal: 61TP - Productie TV	1.004.116	1.007.178
Totaal: 61_4TV - Televisie	1.004.116	1.140.988
61_5RA - Radio		
61BR - Beheer Radio		
612350 - DIVERSE RADIO	121	-
Totaal: 61BR - Beheer Radio	121	-
61RF - Freelance Radio		
612315 - VRIJWILLIGERS AVOND- EN WEEKENDPROGRAMMERING RADIO	11.578	-
612340 - AANMAAK SPOTS RADIO	3.685	9.300
Totaal: 61RF - Freelance Radio	15.263	9.300
61RP - Productie Radio		
610202 - ONDERHOUD ZENDINSTALLATIE & CONTROLES	28.216	44.810
611035 - ONDERHOUD STUDIO-APPARATUUR	83	9.775
611036 - HOSTING	4.378	650
611037 - STREAMING	10.498	11.393
614300 - AUTEURSRECHTEN ON DEMAND RADIO	20.259	83.764
614301 - AUTEURSRECHTEN ON AIR RADIO	49.919	-
614302 - AUTEURSRECHTEN STREAMING RADIO	1.095	-
Totaal: 61RP - Productie Radio	114.449	150.392
61RR - Beheer Radio		
Totaal: 61_5RA - Radio	129.833	159.692
61_6PR - Print		
61BP - Beheer Print		
612080 - ONKOSTEN PRINT	40	-
Totaal: 61BP - Beheer Print	40	-
61PP - Productie print		
614000 - DRUK UIT	407.428	360.031
614005 - DRUK ACTUA	-	59.848
614010 - DRUK ANDERE	894	-
615100 - POSTABONNEMENTEN ACTUA/UIT	816.163	265.887
615101 - FOLIE & ADRESSERING ACTUA/UIT	88.972	66.648
615110 - PORT BETAALD ACTUA/UIT	7.180	6.156
615130 - Encartage	-	20.000
615300 - LOSSE VERSPREIDING ACTUA/UIT	81.940	81.009
615400 - DISPLAYS ACTUA/UIT	56.063	68.849
615500 - BESTELWAGENS DISTRIBUTIE/BUS	19.681	14.685
615520 - Distributie rand	15.130	9.423
Totaal: 61PP - Productie print	1.493.451	952.536
Totaal: 61_6PR - Print	1.493.491	952.536
61_7MD - Marketing en Distributie		
61MB - Beheer Marketing & Distributie		
613015 - INTERNET MARKETING & DISTRIBUTIE	-	600
613200 - ONKOSTEN PROMOTIE	8.193	3.600
613201 - REISKOSTEN MARKETING & DISTRIBUTIE	9	-
Totaal: 61MB - Beheer Marketing & Distributie	8.202	4.200
61MM - Ruilovereenkomsten Marketing & Distributie		
616000 - MEDIARUILOVEREENKOMSTEN	1.098.092	600.000
Totaal: 61MM - Ruilovereenkomsten Marketing & Distributie	1.098.092	600.000

	Actuals 2025	Budget 2025
61MP - Promotie Marketing & Distributie	-	-
616500 - SALES	17.472	8.000
616510 - MARKETING PRODUCTIE	60.160	58.000
616520 - MARKETING EVENTS	42.422	30.000
616530 - MARKETING MEDIA	17.562	12.000
616540 - MARKETING RESEARCH	19.021	47.800
616560 - PROMOTIE B2B-BRUZZ	2.359	50.000
<i>Totaal: 61MP - Promotie Marketing & Distributie</i>	<i>158.996</i>	<i>205.800</i>
<i>Totaal: 61 TMD - Marketing en Distributie</i>	<i>1.265.290</i>	<i>810.000</i>
<i>Totaal: 61 - Diensten en diverse goederen</i>	<i>7.536.266</i>	<i>5.975.997</i>
62 - Bezoldigingen, sociale lasten en pensioenen		
62_8 Personeel - Personeel		
620W - Weddes		
620100 - BRUTO LONEN	2.347.548	2.605.582
620200 - DUBBEL VAKANTIEGELD	358.536	199.073
620240 - EINDEJAARSPREMIE	192.705	217.459
620400 - Premies	4.500	29.700
620500 - MAALTIJDCHEQUES	68.222	82.393
<i>Totaal: 620W - Weddes</i>	<i>2.971.511</i>	<i>3.134.208</i>
621S - Sociale Zekerheid		
621100 - RSZ WERKGEVER	929.026	982.541
621101 - RSZ PENSIOEN BEROEPSJOURNALISTEN	5.897	17.834
621500 - RSZ DIENSTVOERTUIGEN	199	960
<i>Totaal: 621S - Sociale Zekerheid</i>	<i>935.123</i>	<i>1.001.335</i>
622V - Verzekeringen		
622000 - ARBEIDSGENEESKUNDIGE DIENST	6.262	4.580
622100 - VERZEKERING ARBEIDSONGEVALLEN + BA	9.023	14.000
622110 - HOSPITALISATIEVERZEKERING	19.603	14.980
622120 - GROEPSVERZEKERING LEVEN	10.833	9.996
622130 - GROEPSVERZEKERING OVERLIJDEN	3.958	4.250
<i>Totaal: 622V - Verzekeringen</i>	<i>49.679</i>	<i>47.806</i>
623P - Andere Personeelskosten		
623101 - MIVB, NMBS, TEC, De Lijn	22.812	30.330
623150 - VERPLAATSINGSKOST WOON/WERK FORFAIT	97.878	85.107
623151 - Terugbetaling kosten	30	-
623200 - OPENBAAR VERVOER	2.372	-
623210 - FIETSVERGOEDING	2.619	10.486
623350 - CURSUSSEN PERSONEEL	26.876	50.253
623390 - ANDERE PERSONEELSKOSTEN	2.662	-
623400 - KANTINEKOSTEN	36.713	32.400
<i>Totaal: 623P - Andere Personeelskosten</i>	<i>191.963</i>	<i>208.576</i>
<i>Totaal: 62_8 Personeel - Personeel</i>	<i>4.148.275</i>	<i>4.391.924</i>
<i>Totaal: 62 - Bezoldigingen, sociale lasten en pensioenen</i>	<i>4.148.275</i>	<i>4.391.924</i>
630 - Afschrijvingen en waardevermindering op vaste activa		
63_9AW - Afschrijvingen, waardeverminderingen en voorzieningen		
63AW - Afschrijvingen en waardeverminderingen		
630000 - Kost oprichting : Afschrijving	-	-
630100 - Immateriële vaste activa : Afschrijving	109.401	111.876
630200 - Materiële vaste activa : Afschrijving	117.903	137.514
630250 - Afschrijvingen Kantoormeubilair	6.870	6.871
630300 - AFSCHRIJVINGEN MEUBILAIR EN ROLLEND MATERIEEL	5.946	10.762
634000 - Minderwaarde handelsvorderingen < 1 jaar: Toevoeging	12.872	-
<i>Totaal: 63AW - Afschrijvingen en waardeverminderingen</i>	<i>252.992</i>	<i>267.023</i>
<i>Totaal: 63_9AW - Afschrijvingen, waardeverminderingen en voorzieningen</i>	<i>252.992</i>	<i>267.023</i>
<i>Totaal: 630 - Afschrijvingen en waardevermindering op vaste activa</i>	<i>252.992</i>	<i>267.023</i>
64_100V - Overige bedrijfskosten		
64DB - Diverse bedrijfskosten en -belastingen		
640000 - BEDRIJFSBELASTINGEN	14.259	-
640100 - BOETES EN INTRESTEN	100	-
640200 - GEWEST- EN GEMEENTEBELASTINGEN	-	43.000
640510 - ROERENDE VOORHEFFING AUTEURSRECHTEN	6.913	18.000
650000 - DEBETINTRESTEN	1.510	3.000
650100 - BANKKOSTEN	5.223	1.105
657000 - Diverse financiële kosten	846	-
657010 - Betalingsverschil verkoop	1.341	1.000
659990 - Rekenverschillen	1	-
<i>Totaal: 64DB - Diverse bedrijfskosten en -belastingen</i>	<i>30.191</i>	<i>66.105</i>
<i>Totaal: 640/8 - Overige bedrijfskosten</i>	<i>30.191</i>	<i>66.105</i>
649 - Herstructureringskosten	-	-
<i>Totaal: B60/64 - Bedrijfskosten</i>	<i>11.967.725</i>	<i>10.701.049</i>
<i>Totaal: 9901 - Kost en opbrengst bedrijf</i>	<i>- 301.486 -</i>	<i>86.000</i>

JAARREKENING

BALANS NA WINSTVERDELING

	Toel.	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
ACTIVA				
Oprichtingskosten	6.1	20
VASTE ACTIVA		21/28	723.283	758.602
Immateriële vaste activa	6.2	21	462.423	379.231
Materiële vaste activa	6.3	22/27	144.631	261.267
Terreinen en gebouwen		22
Installaties, machines en uitrusting		23	125.349	243.253
Meubilair en rollend materieel		24	19.282	18.014
Leasing en soortgelijke rechten		25
Overige materiële vaste activa		26
Activa in aanbouw en vooruitbetalingen		27
	6.4/			
Financiële vaste activa	6.5.1	28	116.229	118.104
Verbonden ondernemingen	6.14	280/1
Deelnemingen		280
Vorderingen		281
Ondernemingen waarmee een deelnemingsverhouding bestaat	6.14	282/3
Deelnemingen		282
Vorderingen		283
Andere financiële vaste activa		284/8	116.229	118.104
Aandelen		284
Vorderingen en borgtochten in contanten		285/8	116.229	118.104

	Toel.	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
VLOTTENDE ACTIVA		29/58	3.995.887	3.846.677
Vorderingen op meer dan één jaar		29
Handelsvorderingen		290
Overige vorderingen		291
Vorraden en bestellingen in uitvoering		3
Vorraden		30/36
Grond- en hulpstoffen		30/31
Goederen in bewerking		32
Gereed product		33
Handelsgoederen		34
Onroerende goederen bestemd voor verkoop		35
Vooruitbetalingen		36
Bestellingen in uitvoering		37
Vorderingen op ten hoogste één jaar		40/41	2.996.095	2.993.781
Handelsvorderingen		40	1.053.080	1.086.411
Overige vorderingen		41	1.943.015	1.907.370
	6.5.1/			
Geldbeleggingen	6.6	50/53
Liquide middelen		54/58	767.668	724.344
Overlopende rekeningen	6.6	490/1	232.124	128.552
TOTAAL VAN DE ACTIVA		20/58	4.719.170	4.605.279

	Toel.	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
PASSIVA				
EIGEN VERMOGEN		10/15	2.767.093	3.068.573
Fondsen van de vereniging of stichting	6.7	10	522.654	522.654
Herwaarderingsmeerwaarden		12
Bestemde fondsen en andere reserves	6.7	13	1.028.872	1.262.265
Overgedragen winst (verlies)		14	1.215.567	1.283.654
Kapitaalsubsidies		15
VOORZIENINGEN EN UITGESTELDE BELASTINGEN				
Voorzieningen voor risico's en kosten		160/5
Pensioenen en soortgelijke verplichtingen		160
Belastingen		161
Grote herstellings- en onderhoudswerken		162
Milieuverplichtingen		163
Overige risico's en kosten	6.7	164/5
Voorzieningen voor terug te betalen subsidies en legaten en voor schenkingen met terugnemingsrecht	6.7	167
Uitgestelde belastingen	6.7	168
SCHULDEN		17/49	1.952.077	1.536.706
Schulden op meer dan één jaar	6.8	17	15.379
Financiële schulden		170/4	15.379
Achtergestelde leningen		170
Niet-achtergestelde obligatieleningen		171
Leasingschulden en soortgelijke schulden		172
Kredietinstellingen		173
Overige leningen		174	15.379
Handelsschulden		175
Leveranciers		1750
Te betalen wissels		1751
Vooruitbetalingen op bestellingen		176
Overige schulden		178/9
Schulden op ten hoogste één jaar		42/48	1.617.544	1.280.065
Schulden op meer dan één jaar die binnen het jaar vervallen	6.8	42	16.899	19.820
Financiële schulden		43
Kredietinstellingen		430/8
Overige leningen		439
Handelsschulden		44	976.519	824.219
Leveranciers		440/4	976.519	824.219
Te betalen wissels		441
Vooruitbetalingen op bestellingen		46	92.386	4.966
Schulden met betrekking tot belastingen, bezoldigingen en sociale lasten	6.8	45	531.740	431.060
Belastingen		450/3	142.534
Bezoldigingen en sociale lasten		454/9	389.206	431.060
Overige schulden		48
Overlopende rekeningen	6.8	492/3	334.533	241.262
TOTAAL VAN DE PASSIVA		10/49	4.719.170	4.605.279

RESULTATENREKENING

	Toel.	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
Bedrijfsopbrengsten		70/76A	11.666.702	11.018.247
Omzet	6.9	70	2.362.505	2.059.846
Voorraad goederen in bewerking en gereed product en bestellingen in uitvoering: toename (afname)		71
Geproduceerde vaste activa		72
Lidgeld, schenkingen, legaten en subsidies	6.9	73	8.557.142	8.489.572
Andere bedrijfsopbrengsten		74	747.055	468.829
Niet-recurrente bedrijfsopbrengsten	6.11	76A
Bedrijfskosten		60/66A	11.958.806	11.749.917
Handelsgoederen, grond- en hulpstoffen		60
Aankopen		600/8
Voorraad: afname (toename)		609
Diensten en diverse goederen		61	7.506.897	6.949.173
Bezoldigingen, sociale lasten en pensioenen	6.9	62	4.177.644	4.641.829
Afschrijvingen en waardeverminderingen op oprichtingskosten, op immateriële en materiële vaste activa		630	240.121	224.134
Waardeverminderingen op voorraden, op bestellingen in uitvoering en op handelsvorderingen: toevoegingen (terugnemingen)	6.9	631/4	12.872
Voorzieningen voor risico's en kosten: toevoegingen (bestedingen en terugnemingen)	6.9	635/9	-131.991
Andere bedrijfskosten	6.9	640/8	21.272	66.772
Als herstructureringskosten geactiveerde bedrijfskosten ..(-)		649
Niet-recurrente bedrijfskosten	6.11	66A
Bedrijfswinst (Bedrijfsverlies)		9901	-292.104	-731.670

	Toel.	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
Financiële opbrengsten		75/76B	310	20.444
Recurrente financiële opbrengsten		75	310	19.128
Opbrengsten uit financiële vaste activa		750		19.128
Opbrengsten uit vlottende activa		751		
Andere financiële opbrengsten	6.10	752/9	310	
Niet-recurrente financiële opbrengsten	6.11	76B		1.316
Financiële kosten		65/66B	9.687	6.727
Recurrente financiële kosten	6.10	65	9.687	6.727
Kosten van schulden		650	6.733	4.003
Waardeverminderingen op vlottende activa andere dan voorraden, bestellingen in uitvoering en handels- vorderingen: toevoegingen (terugnemingen)		651		
Andere financiële kosten		652/9	2.954	2.724
Niet-recurrente financiële kosten	6.11	66B		
Winst (Verlies) van het boekjaar vóór belasting		9903	-301.481	-717.953
Onttrekking aan de uitgestelde belastingen		780		
Overboeking naar de uitgestelde belastingen		680		
Belastingen op het resultaat	6.12	67/77		
Belastingen		670/3		
Regularisering van belastingen en terugneming van voorzieningen voor belastingen		77		
Winst (Verlies) van het boekjaar		9904	-301.481	-717.953
Onttrekking aan de belastingvrije reserves		789		
Overboeking naar de belastingvrije reserves		689		
Te bestemmen winst (verlies) van het boekjaar		9905	-301.481	-717.953

RESULTAATVERWERKING

	Codes	Boekjaar	Vorig boekjaar
Te bestemmen winst (verlies)(+)/(-)	9906	982.173	862.605
Te bestemmen winst (verlies) van het boekjaar(+)/(-)	(9905)	-301.481	-717.953
Overgedragen winst (verlies) van het vorige boekjaar(+)/(-)	14P	1.283.654	1.580.558
Onttrekking aan het eigen vermogen: fondsen, bestemde fondsen en andere reserves	791	233.394	421.049
Toevoeging aan de bestemde fondsen en andere reserves	691
Over te dragen winst (verlies)(+)/(-)	(14)	1.215.567	1.283.654