

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 59

van **JEAN-JACQUES DE GUCHT**

datum: 24 oktober 2016

aan **GEERT BOURGEOIS**

MINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN BUITENLANDS BELEID EN ONROEREND ERFGOED

Digitale overheidscommunicatie - Initiatieven en budgetten

De Vlaamse Regering formuleerde sterke beleidsintenties wat betreft de overheidscommunicatie en dan in het bijzonder de digitale overheidscommunicatie: "Ik (de Minister-President) zie mogelijkheden in de digitalisering waarop de Vlaamse Regering tijdens deze regeerperiode volop inzet, om vanuit de Vlaamse overheid veel gericht en meer op maat te communiceren met burgers, bedrijven en organisaties, onder meer via proefprojecten, ervaringsuitwisseling, vorming en kennisdeling.

1. Kan de minister een gedetailleerd overzicht geven van digitale communicatieprojecten die vanuit zijn of haar departement alsook zijn/haar administratie sinds de aanvang van de legislatuur werden opgezet? Kan er specifiek worden aangegeven via welke platformen of sociale media deze campagnes en communicatie verliepen alsook welke budgetten hiervoor werden uitgetrokken?

Graag een overzicht per jaar, met vermelding van het desbetreffende sociale mediaplatform of websites en van het budget per programma/campagne?

2. Kan de minister aangeven, per overheidscommunicatie via deze digitale media, welke beleidsdoelstellingen daarbij werden nagestreefd, of er nadien werd nagegaan in hoeverre deze doelstellingen werden gerealiseerd en zo ja, wat de resultaten van deze evaluatie waren en welke beleidsconclusies eruit werden getrokken?

Als er geen evaluatie was, kan de minister dan aangeven waarom niet?

3. Kan de minister een gedetailleerd overzicht geven van de initiatieven inzake digitale overheidscommunicatie die dit parlementaire jaar (2016-2017) financieel zullen worden ondersteund, met de respectieve budgetten per platform of website?
 4. Kan de minister aangeven hoeveel procent van de budgetten voor overheidscommunicatie worden aangewend voor digitale overheidscommunicatie en kan hij/zij aangeven of er een verschuiving plaatsvindt van de traditionele overheidscommunicatie via radio- en televisie naar digitale media (inclusief sociale media)? Zal dit percentage verder toenemen wat betreft de vooropgestelde overheidscommunicatie die reeds vastgelegd is?
-

Deze vraag werd gesteld aan de ministers Geert Bourgeois (59), Hilde Crevits (82), Bart Tommelein (50), Liesbeth Homans (111), Ben Weyts (197), Jo Vandeurzen (113), Philippe Muyters (100), Joke Schauvliege (89), Sven Gatz (57)

GEERT BOURGEOIS

MINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN BUITENLANDS BELEID EN ONROEREND ERFGOED

GECOÖRDINEERD ANTWOORD

op vraag nr. 59 van 24 oktober 2016

van **JEAN-JACQUES DE GUCHT**

1. In de bijlagen 1, 2 en 3 is een overzicht opgenomen van de communicatie-acties en projecten die in 2015 en 2016 (tot eind september) via digitale kanalen opgezet zijn en die gericht zijn op burgers, bedrijven en organisaties.
In dat overzicht is ook telkens vermeld waar die acties of projecten betrekking op hebben en de kostprijs ervan.
2. In diezelfde bijlagen is ook (waar relevant) verduidelijkt welke beleidsdoelstelling aan de basis ligt van deze communicatie, alsook (desgevallend) de resultaten van een evaluatie.
3. Het budget voor communicatie is vaak niet afzonderlijk bepaald maar maakt deel uit van een meer omvattend (beleids- en/of werkings)krediet. In andere gevallen zijn er wel afzonderlijke communicatiebudgetten, maar is er geen afzonderlijke indeling volgens het vooropgestelde communicatiekanaal (in casu digitaal).

Voor de volgende bevoegdheden zijn er reeds digitale communicatie-acties en/of projecten gepland voor het einde van 2016 en voor 2017.

- **Geert Bourgeois (algemeen regeringsbeleid)**

- Ontwikkeling van een nieuwe website ter verspreiding van Vlaamse openbare statistieken, rapporten en publicaties (departement Kanselarij en Bestuur)

Doelstelling: geïntegreerde communicatie mogelijk maken; informatie op maat aanbieden. Integratie van de websites van de Studiedienst VR, lokale statistieken en Qlikview rapporteringsapp.

De ontwikkeling van de nieuwe website regionalestatistieken.vlaanderen.be is op schema. Daarin wordt o.a. ook de mogelijkheid geboden om rapporten op maat samen te stellen (Qlikview).

- Uitbouw van een centraal en digitaal consultatieplatform voor nieuw beleid en nieuwe regelgeving (departement Kanselarij en Bestuur)

Dit project valt mede onder de bevoegdheid bestuurszaken van minister Homans

Doelstelling: Burgers, organisaties en bedrijven de kans geven om hun stem te laten horen bij de ontwikkeling van nieuw beleid en nieuwe regelgeving (cf. het groenboek Bestuur).

Het groenboek Bestuur legt de grondslag voor een betere praktijk van consultatie en participatie. De consultatie over het groenboek zelf zal een eerste testcase zijn, waarmee de Vlaamse overheid ervaring wil opbouwen. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van het platform overheid.vlaanderen.be

Stand van zaken: verkennend onderzoek naar voorbeelden van goede praktijk (Nederland, EU) is afgerond.

- Digitalisering procedures Rampenfonds (departement Kanselarij en Bestuur)

Doelstelling: realisatie van volledig digitale dienstverlening en communicatie. De nieuwe regelgeving biedt de kans om de processen grondig te herzien en te moderniseren en de dienstverlening (ook) volledig digitaal te maken

Stand van zaken: wacht op de definitieve goedkeuring van het uitvoeringsbesluit bij het nieuw decreet van 3 juni 2016. Start met business analyse eind 2016.

Voor deze drie projecten zijn geen afzonderlijke budgetten bepaald. Zij worden gerealiseerd binnen de beschikbare ICT- en/of beleidskredieten.

- **Geert Bourgeois (buitenlands beleid)**

- Uitbouw van gesloten LinkedIn systeem voor alumni van het Flanders Trainee Programme (departement internationaal Vlaanderen)
- Flanders Investment & Trade (FIT)

Budget digitale communicatiekosten 2017 : 59.000 euro, verdeeld als volgt:

- sociale media – YouTube 50.000 euro
- sociale media – Twitter 1.000 euro
- e-mail 1.000 euro
- website 7.000 euro.

- **Geert Bourgeois (onroerend erfgoed)**

Facebookcampagne Onroerenderfgoedprijs 2017 (agentschap Onroerend Erfgoed) : 500 euro voor bekendmaking tweede editie onroerenderfgoedprijs en lancering publieksprijs.

- **Bart Tommelein (energie)**

Vlaams Energieagentschap : begin 2017 wordt de website www.energiesparen.be van een nieuw instrument voorzien waarmee voor elk Vlaams dak getoond wordt hoe geschikt het is voor het opwekken van zonne-energie ("Zonnekaart Vlaanderen").

Doelstelling: Burgers en professionals aanmoedigen om te investeren in hernieuwbare energie. Hiervoor wordt een online- en social media-campagne opgezet, uitgevoerd door Kanooh/paddle. Kostprijs: 18.876,00 euro incl. BTW.

- **Liesbeth Homans (binnenlands bestuur)**

- Uitbouw van een centraal en digitaal consultatieplatform voor nieuw beleid en nieuwe regelgeving (*dit project valt mede onder de bevoegdheid algemeen regeringsbeleid van minister-president Geert Bourgeois*)

toelichting : zie hoger

- Lokale Besluiten als Gelinkte Open Data (Agentschap Binnenlands Bestuur)

Het vervolgtraject van Lokale Besluiten als Gelinkte Open Data is gestart. Met het vervolgtraject beogen we de creatie van een digitale lokale codex (per bestuur) en daarnaast ook een digitale interlokale codex, die de optelsom is van de lokale codices (de besluiten van alle besturen). Deze codices worden een bron voor iedereen die geïnteresseerd is in lokale besluiten, gaande van de toezichthoudende overheden (algemeen en specifiek) tot een burger die zich via het burgerloket wil abonneren op interessante besluiten van zijn of haar bestuur.

Daarnaast worden deze codices een bron voor de mandatendatabank, waarbij we overstappen van een databank die manueel moet bijgehouden worden naar een geautomatiseerd systeem.

Dit project kan vooral de digitale communicatie tussen overheden grondig veranderen (door het afschaffen van manueel in te vullen databanken en loketten) maar zal de communicatie door overheden met de burgers, ondernemingen en organisaties gemakkelijker maken (doordat data uit besluiten granulair en rechtstreeks uit de bron op een website of in een app beschikbaar komen). Voor dit project moet geïnvesteerd worden in bestaande en nieuwe platformen (MAGDA, triple stores, digitaal archief, digitaal tekenen) om ervoor te zorgen dat deze linked data-technologie ondersteunen.

Hiervoor is in de periode 2014-2018 een investering voorzien van 1.041.000 euro.

- **Liesbeth Homans (wonen)**

- Huurschatter (Wonen-Vlaanderen)

De huurschatter (www.woninghuurprijzen.be) wil zowel huurder als verhuurder een houvast bieden bij het beoordelen of bepalen van de huurprijs voor een woning in het Vlaamse Gewest. Aan de hand van het adres en een aantal kenmerken van de huurwoning geeft de toepassing een inschatting van een gangbare huurprijs voor die woning.

Budget: voor zowel 2016 als 2017 is 10.000 euro voorzien.

- Digitale formulieren (Wonen-Vlaanderen)

Wonen-Vlaanderen investeerde in een formulierengenerator waarmee intelligente digitale formulieren in een redactieomgeving kunnen worden samengesteld zodat een dossier van bij de start via digitale weg kan verlopen.

Momenteel zijn de volgende aanvraagformulieren in uitwerking:

- aanvraagformulier Verzekering gewaarborgd Wonen
- aanvraagformulier Renovatiepremie
- aanvraagformulier Huursubsidie.

Zodra deze formulieren finaal zijn, kan de aanvraag digitaal worden ingediend en ingeladen worden in onze dossieropvolgingssystemen.

Budget voorzien voor 2017: 50.000 euro.

- **Liesbeth Homans (sociale economie)**

Coöperatief ondernemen (departement Werk en Sociale Economie)

- communicatieconcept en infomercial

in november 2016 opgestart, afronding in december 2016

budget : 39.817,71 euro (incl. BTW)

- website

in november 2016 opgestart, afronding in april 2017

budget : 79.999,91 euro (incl. BTW)

- **Ben Weyts (mobiliteit en openbare werken)**

- Mediacampagne Luchtvaartdag 22/04/2017 – departement MOW

Budget: 299.932 euro (incl. BTW), als volgt verdeeld:

radio	166.210
online: homepage takeovers (nieuwssites) en spotify	93.050
gesponsorde links Facebook	40.672

Naast de bovenstaande kanalen zal (digitale) communicatie ook lopen via de programma- en actiewebsite, Twitter-accounts, LinkedIn-accounts. Voor deze communicatie wordt geen budget uitgetrokken.

- Mediacampagne Vlaamse Havendag 17/09/2017 – departement MOW

Budget (raming, onder voorbehoud): 499.730 euro (incl. BTW), als volgt verdeeld:

radio	169.400
print	157.300
online: homepage takeovers (nieuwssites) en spotify	121.000
gesponsorde links Facebook	52.030

Naast de bovenstaande kanalen zal (digitale) communicatie ook lopen via de programma- en actiewebsite, Twitter-accounts, LinkedIn-accounts. Voor deze communicatie wordt geen budget uitgetrokken.

- Belevingscentrum Vroenhoven – NV De Scheepvaart

In 2017 wordt een gelijkaardige campagne gepland (cf. de bijlage 3).

- **Ben Weyts (toerisme)**

Toerisme Vlaanderen

- website 'Kwaliteit in toerisme': eventuele aanpassingen, bv. uitbreiden naar andere logiesvormen en toeristische actoren (budget: 7.438 euro)
- uitbatersportaal, als opvolger van het Vlaams logiesinformatie systeem (VLIS): verdere ontwikkeling (budget: 281.000 euro).

- **Jo Vandeurzen (welzijn, volksgezondheid en gezin)**

Voor de periode vanaf oktober 2016 was er vanuit het departement WVG nog digitale overheidscommunicatie voor de campagne partnerrelaties. Het gaat om een budget van 9.680,01 euro voor Facebook. Verdere digitale overheidscommunicatie voor 2016 of 2017 is nog niet gepland.

Kind en Gezin wil via proefprojecten de mogelijkheden van onder meer chat verkennen om nadien in heel de dienstverlening te implementeren en af te stemmen met de andere contactmogelijkheden met Kind en Gezin. Daarnaast zullen ouders vanaf 2017 ook via een app hun afspraken kunnen beheren en op de hoogte worden gehouden van hun geplande contacten bij Kind en Gezin.

Ook start Kind en Gezin in 2017 met een project om via mijn.kindengezin.be ouders informatie op maat aan te bieden op basis van de parameters uit hun profiel. Zo kan de massa aan informatie die Kind en Gezin deelt met ouders gericht aangeboden worden. In een eerste fase zal de focus liggen op informatie tijdens de zwangerschap.

Voor deze projecten is voor 2017 in totaal een budget voorzien van 290.000 euro.

- **Philippe Muyters (werk)**

www.werkplekduaal.be (SYNTRA Vlaanderen) : zie in de bijlage 3

- **Philippe Muyters (sport)**

In 2017 wil Sport Vlaanderen aan de socialemediakanalen die nu reeds in gebruik zijn (Facebook, Twitter en Instagram) ook LinkedIn toevoegen. Zeker voor 'Sport op het werk' zal hiermee de relevantste doelgroep kunnen bereikt worden.

- **Joke Schauvliege (leefmilieu en natuur)**

Agentschap Natuur en Bos

- hosting, onderhoud en optimalisatie bestaande sites ; budget : 40.000 euro excl. BTW
- verderzetting sociale media ; budget : 15.000 euro excl. BTW
- Het e-loket openbaar onderzoek Meest Kwetsbare Waardevolle Bossen wil gestandaardiseerd en efficiënt de opmerkingen van de burger verzamelen en afhandelen. Het openbaar onderzoek start normaliter begin 2017. Een belangrijke bepalende factor bij het bepalen van het budget is het verwacht aantal opmerkingen en het bijhorende verwerkingsproces.

Departement Leefmilieu, natuur en Energie (LNE)

Voor het departement LNE worden specifieke campagnesites verdergezet en wordt er opnieuw budget voorzien voor online campagnes (Facebook promoted posts, google adwords, LinkedInpromoties, campagnewebsites).

- **Sven Gatz (coördinatie Brussel) – Muntpunt**

De investering in digitale media en platformen heeft een meer gebruiksvriendelijke dienstverlening van Muntpunt als doel en een hoger bereik van evenementen in Brussel. Een specifieke evaluatie van de digitale media is er niet, omdat deze investeringen niet los te koppelen zijn van andere maatregelen om de doelstellingen te bereiken. De nieuwe website is trouwens ook nog maar pas operationeel.

4. In de onderstaande tabel is voor de jaren 2013, 2014 en 2015 het aandeel van de verschillende media weergegeven voor de bestedingen van de Vlaamse overheid voor de aankoop van mediaruimte via Mindshare.

Daaruit blijkt dat het relatieve aandeel van radio en tv enerzijds, en van de digitale kanalen (internet) anderzijds, varieert. Er kan hieruit geen duidelijke trend gedetecteerd worden.

De keuze voor het mediatype wordt sterk beïnvloed door het onderwerp van de communicatie en de beoogde doelgroep.

Vlaamse Overheid	2013		2014		2015	
Digitaal (internet)	663 523,09	19,7 %	848 815,87	17,6 %	578 931,60	17,9 %
Radio	170 766,71	5,1 %	999 611,17	20,7 %	822 776,85	25,5 %
Televisie	1 289 606,88	38,2 %	1 044 947,63	21,6 %	479 060,80	14,8 %
Print	1 175 141,70	34,8 %	1 524 045,68	31,5 %	1 241 649,82	38,4 %
Affichage	73 491,44	2,2 %	415 868,30	8,6 %	111 041,49	3,4 %
Totaal	3 372 529,82	100,0 %	4 833 288,65	100,0 %	3 233 460,56	100,0 %

aanvulling voor de bevoegdheid mobiliteit en openbare werken (Ben Weyts)

- departement MOW

Het belang van communicatie via radio, online platformen en sociale media stijgt, ten nadele van tv. Er wordt minder lineair tv gekeken, waardoor de OTS minder interessant wordt. Bovendien is het maken van een tv-spot, en de aankoop van tv-mediaruimte bijzonder duur.

Daarnaast is communicatie via online platformen en sociale media interactiever, doelspecifieker, sneller en dynamischer. Het bereik wordt alsmaar groter. Ook voor de beoogde doelgroepen worden online platformen en sociale media alsmaar belangrijker voor nieuwsgaring, communicatie en interactie.

Communicatie via print kan nog aangewend worden, in functie van de beoogde strategie en het beschikbare budget.

- NV De Scheepvaart

Het aandeel van digitale communicatie maakt slechts een beperkt deel uit van de communicatiebudgetten. Er wordt geen grote wijziging verwacht in deze verhouding.

BIJLAGEN

1. Overzicht uitgaven communicatie-acties in 2015
2. Overzicht uitgaven communicatie-acties in 2016 (jan-sept)
3. Overzicht gerealiseerde digitale projecten (2015-2016)