Vlaams Parlement

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 186
van **PETER PERSYN**
datum: 15 december 2017

---

aan **JO VANDEURZEN**
VLAAMS MINISTER VAN WELZIJN, VOLKSGEZONDHEID EN GEZIN

Vlaamse Sociale Bescherming - Campagne in Brussel

Ik stelde aan de minister al eerder vragen over de campagne voor de Vlaamse Sociale Bescherming (VSB) in Brussel.

In zijn antwoord op mijn schriftelijke vraag nr. 128 van 3 november 2016 stelt de minister dat in het najaar van 2017 een publiekscampagne zal gevoerd worden om de Vlaamse Sociale Bescherming beter bekend te maken bij de Brusselaar. Over deze campagne had ik enkele vragen willen voorleggen.

1. Wat zijn de resultaten van deze campagne? Hebben er zich meer Brusselaars aangesloten bij de VSB gedurende de campagneperiode?
2. De kennis over de VSB vergroten was één van de doelstellingen van de VSB.

   Hoe heeft de minister deze doelstelling ingevuld in de campagne? Welke concrete resultaten tonen aan dat de kennis over de VSB n.a.v. deze campagne is vergroot?
3. Een andere doelstelling was om een positieve houding te creëren bij zowel degenen die de bijdrage betalen als bij degenen die recht hebben op een uitkering.

   Hoe heeft de minister deze doelstelling ingevuld in deze campagne? Welke resultaten werden bereikt m.b.t. deze doelstelling?

JO VANDEURZEN
VLAAMS MINISTER VAN WELZIJN, VOLKSGEZONDHEID EN GEZIN

ANTWOORD
op vraag nr. 186 van 15 december 2017
van **PETER PERSYN**

---

1. De publiekscampagne over de Vlaamse sociale bescherming is uitgesteld naar het voorjaar van 2018. Ze zal half februari starten. Ik kan dus nog geen resultaten van deze campagne voorleggen. De reden voor dit uitstel is van praktische aard: de campagne loopt zo gelijktijdig met de periode waarin de inwoners van Vlaanderen door hun zorgkas uitgenodigd worden om hun jaarlijkse zorgpremie te betalen. We maken gebruik van dit betalingsmoment om de doelgroep extra aandachtig te maken voor onze communicatie over de Vlaamse sociale bescherming. De publiekscampagne zal overigens in heel Vlaanderen lopen en beperkt zich dus niet tot Brussel.

2. Het belangrijkste campagne-instrument om de kennis over de Vlaamse sociale bescherming te verhogen, wordt een folder waarin de basiskennis samengevat wordt. De zorgkassen zullen deze folder meesturen met de brieven waarin ze de betaling van de zorgpremie vragen. Ook de website *vlaamsesocialebescherming.be* krijgt een update. Er is geen budget voorzien om een meting te doen naar de kennis bij de bevolking over de Vlaamse sociale bescherming, voor en na de campagne.

3. Het belangrijkste campagne-instrument om een positieve houding te creëren, wordt een TV-spot. Die wordt gedurende twee weken uitgezonden op de nationale en commerciële zenders. De spot zal de klemtoon leggen op de solidariteit van de Vlaamse sociale bescherming. Ook in de campagnefolder ligt die klemtoon en wordt duidelijk uitgelegd dat de Vlaamse sociale bescherming er is voor iedereen die zorg nodig heeft in Vlaanderen. Deze positieve positionering, met nadruk op solidariteit en kwaliteit van leven voor wie zorg nodig heeft, is gebaseerd op een vooronderzoek naar het imago en de positionering van de Vlaamse sociale bescherming. Er is geen budget voorzien om een meting te doen naar de perceptie bij de bevolking over de Vlaamse sociale bescherming, voor en na de campagne.