

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 115
van **TINE SOENS**
datum: 11 januari 2018

aan **SVEN GATZ**
VLAAMS MINISTER VAN CULTUUR, MEDIA, JEUGD EN BRUSSEL

Jeugdcommunicatieplatform - Stand van zaken

Tijdens de bespreking van de beleidsbrief 2017-2018 Jeugd in het najaar van 2017 hadden we het in de commissie over de financiering van het communicatieplatform. Dit platform zou dit jaar worden uitgerold. De bedoeling is om de wildgroei aan verschillende communicatiekanalen voor jongeren en kinderen te centraliseren zodat zij sneller hun weg vinden wanneer ze hulp en informatie zoeken over thema's die hen aanbelangen. Het platform wordt deels gerealiseerd door de Ambrassade die hiervoor sowieso de decretale opdracht van jeugdinformatie heeft. Daarnaast maakte de minister hiervoor bijkomende middelen vrij: 150.000 euro.

De minister zei tijdens de bespreking dat de afdeling Jeugd van het departement Cultuur, Jeugd en Media destijds de opportuniteiten en de randvoorwaarden van dergelijk platform heeft onderzocht. Voor dit preliminair onderzoek bevroegen zij een aantal belangrijke stakeholders, van experts tot het jeugdwerk zelf, het onderwijs, de media en de welzijnssector. Bij de hoorzitting over het communicatieplatform wilde men in 2018 het platform uitrollen.

1. Kan de minister een stand van zaken of toelichting geven over deze stakeholdersbevraging? Welke rol krijgt deze groep bij de implementatie van het project?
2. In hoeverre wordt de timing aangehouden om het communicatieplatform uit te rollen? Kan de minister de timing specifiek toelichten?

ANTWOORD

op vraag nr. 115 van 11 januari 2018

van **TINE SOENS**

1. Ik schetste de contouren van het onderzoek naar de opportuniteiten en randvoorwaarden van een communicatieplatform voor de jeugd in mijn antwoord op schriftelijke vraag 257 van 2 juni 2016 van Miranda van Eetvelde.

Wat de stakeholderbevraging betreft, voerde het departement Cultuur, Jeugd en Media vanaf halverwege 2016 gesprekken met verschillende deskundigen en stakeholders. Ze benaderde de volgende organisaties omwille van hun knowhow en/of opdracht:

- De Ambrassade: kinderen en jongeren informeren, is één van de decretale taken van het steunpunt.
- Jint: het coördinatieorgaan voor internationale jongerenwerking stimuleert en ondersteunt de internationale uitwisseling en samenwerking van jongeren en jeugdorganisaties.
- Awel: bij uitstek het laagdrempelige contactkanaal voor alle kinderen en jongeren met een vraag, een verhaal en/of een probleem.
- Het Kinderrechtencommissariaat: de pleitbezorger van de kinderrechten, waaronder het artikel 17 van het Kinderrechtenverdrag over de toegang tot informatie.
- CJP/BILL: de promotor van cultuurparticipatie bij jongeren, met ervaring met een internationale cultuurpas.
- CultuurNet Vlaanderen: de specialist in vrijetijdscommunicatie en marketing van het gevarieerde vrijetijdsaanbod. Ze zet ook in op kinderen en jongeren via de UitPAS. Intussen werden CultuurNet Vlaanderen en CJP/BILL samen Publiq.
- VSK: de spreekbuis van leerlingen en ondersteuner van leerlingenparticipatie informeert scholieren, o.m. via de leerlingenkaart.
- Mediaraven: een pionier in het vertalen van de mogelijkheden van digitale media naar het werken met jongeren.
- Mediawijs: het kenniscentrum digitale en mediawijsheid.
- Sanoma: er werd gepraat met medewerkers van deze mediagroep die ervaring hebben met tijdschriften voor jongeren.

Zoals ik duidde in mijn antwoord op uw schriftelijke vraag 307 van 5 september 2016, legde het departement deze organisaties telkens dezelfde vragen voor:

- Wat zijn volgens u vanuit uw praktijkervaring de belangrijkste knelpunten bij informatievoorziening en informatiebeleid voor de jeugd?
- Welke zijn volgens u de belangrijkste informatiebehoeften?
- Wat zijn volgens u de belangrijkste drempels?
- Op welke manier werkt u samen met andere informatiespelers?
- Welk ideaalbeeld stelt u voorop om op een gewenste manier informatie bij jongeren te krijgen?
- Welk beeld roept een communicatieplatform bij u op?

Ik duidde de belangrijkste vaststellingen in mijn antwoord op schriftelijke vraag 206 van 24 maart 2017 van Miranda van Eetvelde.

Ik rapporteerde over dit onderzoek in de bis-conceptnota aan de Vlaamse Regering van 6 september 2017. In opvolging van de beslissing van de Vlaamse regering, is de opdracht voor het communicatieplatform intussen toegewezen aan de Ambrassade. Deze opdracht maakt deel uit van de subsidieovereenkomst die de Vlaamse regering sluit met de Ambrassade voor de periode 2018-2020.

De Ambrassade zal aan dit communicatieplatform bouwen door een breed intersectoraal netwerk en met verschillende soorten partners:

- Contentpartners schrijven mee aan de inhoud.
- Embedded-partners integreren informatie van het platform via hun kanalen.
- Contactpartners zijn hulp- en advieslijnen waarmee er direct contact wordt gelegd vanaf het platform.
- Labelpartners hebben het kwaliteitslabel.
- Bereikpartners maximaliseren het bereik.

Organisaties die verschillende soorten partnerschappen opnemen, worden beschouwd als kernpartners. De Ambrassade zal deze kernpartners regelmatig samenbrengen met informatiepartners uit andere sectoren in de commissie Jeugdinformatie. Eén van de doelstellingen van dit orgaan is zowel het sturen en evalueren van het communicatieplatform als het reflecteren over het platform.

De Ambrassade voert momenteel gesprekken over partnerschappen met verschillende organisaties. Het gaat om:

- De organisaties die het departement interviewde in de stakeholdersbevraging: bv. Jint, het Kinderrechtencommissariaat, Publiq, VSK en Mediaraven.
- Relevante verenigingen die worden erkend en gesubsidieerd in het decreet over het vernieuwd jeugd- en kinderrechtenbeleid: bv. Formaat, JES, Jong & Van Zin, Kind & Samenleving, Mooss en Stampmedia.
- Relevante actoren uit verschillende sectoren en het medialandschap: bv. 1712, Gezinsbond, Ketnet, Klasse, Kind & Gezin, MNM, Netwerk tegen Armoede, Onderwijskiezer, Sensoa en VDAB.

Een paar organisaties engageerde zich al: Awel is een kernpartner. Publiq bracht alvast knowhow in bij het gunnen van de opdrachten voor het bouwen van de website en de branding van het platform.

De Ambrassade sluit overeenkomsten met alle kern-, embedded-, bereik- en contactpartners. Ze breidt het netwerk elk jaar uit. Later dit voorjaar voorziet ze alvast een event voor alle contentpartners.

2. De subsidieovereenkomst tussen de Vlaamse regering en de Ambrassade bepaalt dat het communicatieplatform wordt gerealiseerd in 2018. De Ambrassade startte intussen de ontwikkeling ervan. Ze doet daarvoor een beroep op deskundige partners. Ze gunde de opdracht om de website te bouwen aan het Leuvense bedrijf Wieni. De opdracht voor de branding kende ze toe aan het Gentse bedrijf Makeout.

In het bestek van beide opdrachten is voorzien dat het communicatieplatform wordt gelanceerd in oktober 2018. De timing wordt dus aangehouden.

De subsidieovereenkomst voorziet ook dat het platform in de komende jaren wordt uitgebreid:

- In 2019 onderzoekt de Ambrassade o.a. de mogelijkheden om:
 - o Services uit te bouwen, gericht op de synergie van het platform en het aanbod van partners in verschillende beleidsdomeinen, zoals Cultuur, Mobiliteit, Onderwijs, Sport, Welzijn, Economie en Werk.

- o De lokale besturen te betrekken bij de uitrol en content van het platform, i.s.m. de VVJ en de VVSG.
 - o Een beloningssysteem te koppelen aan het communicatieplatform, om de interactie met kinderen en jongeren te vergroten.
- In 2020 wordt er onderzocht hoe een digitale drager zoals een kaart of een app kan worden gekoppeld aan het platform.
- In de periode 2019-2020 worden er partnerschappen met nationale jongerenmedia voorzien, alsook een specifieke campagne bij maatschappelijk kwetsbare kinderen en jongeren en hun verenigingen, om het platform bekend te maken.