

**SCHRIFTELIJKE VRAAG**

nr. 58

van **JEAN-JACQUES DE GUCHT**

datum: 16 november 2018

---

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. De minister-president verklaarde dienaangaande het volgende: "Ik 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/haar departement alsook zijn/haar administratie vanaf januari 2017 opgezet werden? 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 zittingsjaar (2018-2019) 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)? Is dit percentage verder toegenomen?

---

*Deze vraag werd gesteld aan de ministers Geert Bourgeois (58), Hilde Crevits (66), Bart Tommelein (28), Liesbeth Homans (45), Ben Weyts (123), Jo Vandeurzen (73), Philippe Muyters (59), Joke Schauvliege (86) en Sven Gatz (31).*

**GEERT BOURGEOIS**

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

---

**GECOÖRDINEERD ANTWOORD**

op vraag nr. 58 van 16 november 2018

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 2017 en 2018 (tot eind november) 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. Voor de volgende bevoegdheden zijn er reeds digitale communicatie-acties en/of projecten gepland voor het einde van 2018 en voor 2019.

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). Wanneer er voor de hierna vermelde initiatieven wel afzonderlijke budgetten zijn vooropgesteld, worden die vermeld in het onderstaande overzicht.

***Geert Bourgeois (algemeen regeringsbeleid)***

- Digitalisering besluitvormingsproces Vlaamse Regering
  - doelstelling: een transparante en participatieve besluitvorming van de Vlaamse Regering om het wederzijdse vertrouwen tussen de burger en de Vlaamse overheid te versterken (cf. project 19 van het implementatieplan van het witboek open en wendbare overheid)
  - status: de eerste twee fases zijn gestart: de ontsluiting van documenten, de ondersteuning van het agenderingsproces en het uitsturen van nieuwsberichten. De nodige ICT-profielen worden aangetrokken voor de ondersteuning en realisatie van dit project.
  - budget: het project bestaat uit vier fases, met een geraamde kostprijs van 300.000 euro per fase. In de ontwerpbegroting 2019 is daarvoor eenmalig 1 mio euro voorzien. Voor de eerste twee fases wordt in 2018 200.000 euro op de bestaande kredieten ingezet voor het aantrekken van de noodzakelijke ICT-profielen. Van het extra krediet zal 400.000 euro in 2019 worden ingezet op de verdere projectontwikkeling van de eerste twee fases, via aanbesteding en via de inzet van ICT-profielen.
- Uitbouw van een centraal en digitaal consultatieplatform voor nieuw beleid en nieuwe regelgeving

*Dit project behoort ook tot de bevoegdheid van minister Homans.*

  - doelstelling: een transparante en participatieve besluitvorming van de Vlaamse Regering om het wederzijdse vertrouwen tussen de burger en de Vlaamse

overheid te versterken (cf. project 19 van het implementatieplan van het witboek open en wendbare overheid - onderdeel van digitalisering besluitvorming)

- status: de planning wordt opgemaakt met het agentschap Informatie Vlaanderen voor de integratie van het consultatieportaal in zijn webplatform (realisatie 2019). Het portaal zal deel uitmaken van de nieuwe - inhoudelijke bredere - website over participatie, die dit jaar online kwam.
- een overheidsbreed aanbod voor het gebruik van een digitaal consultatieplatform is opgenomen als perceel in de overheidsopdracht belanghebbendenmanagement (lancering 2019)
- budget: de kostprijs voor de opname van het portaal in het webplatform is nog niet bekend, maar zal opgevangen worden binnen de bestaande kredieten. Entiteiten die gebruik willen maken van het consultatieplatform, zullen op eigen kredieten een bestelling kunnen plaatsen binnen het raamcontract.

- Vlaamse Codex aanbieden als linked open data

- doelstelling: de Vlaamse regelgeving op een hoog detailniveau ontsluiten zodat ze als input kan dienen voor andere toepassingen (zoals Edulex), voor de opmaak van besluiten door lokale besturen en voor de uitwerking van nieuwe Vlaamse regelgeving op het digitaliseringsplatform van de Vlaamse Regering (cf. project 19 van het implementatieplan van het witboek open en wendbare overheid - onderdeel van digitalisering besluitvorming).
- status: de Vlaamse Codex wordt nu technisch omgezet naar linked open data. Het vocabularium is uitgewerkt en wordt binnen het OSLO-traject getoetst met de stakeholders.
- budget: aan het semantisch traject en aan de technische omzetting van de Codex naar linked data wordt een budget van 200.000 euro besteed.

- Digitalisering procedures Rampenfonds

- doelstelling: de werking van het Vlaams Rampenfonds digitaliseren in lijn met het programma Vlaanderen Radicaal Digitaal en zo efficiëntiewinsten boeken en een betere dienstverlening geven aan de schadelijders
- status: eind 2018 wordt het dossierbehandelingssysteem (fase 1) verder afgewerkt en samen met een eerste versie van het e-loket (fase 2) uitvoerig getest. Het systeem wordt gekoppeld aan gebruikersbeheer via ACM/IDM. Ook worden al de nodige stappen gezet (protocols, machtigingen, ...) om gebruik te kunnen maken van de connectoren (Magda, Orafin, ...). Alles wordt in gereedheid gebracht om in 2019 het e-loket aan te sluiten op Mijn Burgerprofiel en op het Ondernemersloket (fase 3).
- budget: voor de digitalisering van het Rampenfonds is op de begroting 2018 eenmalig voorzien in 450.000 euro bijkomende kredieten. Daarnaast is 140.000 euro beschikbaar op het hefboomkrediet Vlaanderen Radicaal Digitaal. Aan de realisatie van fase 2 (volwaardig e-loket) en fase 3 (alle connecties) wordt een budget van 400.000 euro besteed.

- Een url-strategie voor de Vlaamse overheid

*Dit project behoort ook tot de bevoegdheid van minister Homans.*

- doelstelling: met de url-strategie maken we het gemakkelijker en sneller voor gebruikers (burgers en ondernemers) om op basis van duidelijke webadressen overheidsinformatie en -dienstverlening te vinden, te herkennen en te betrouwen. De url-strategie kadert binnen het merkbeleid van de Vlaamse overheid.
- status: de feedback vanuit verschillende fora over de ontwerpstrategie wordt verwerkt m.h.o. op een voorstel van beslissing aan de Vlaamse Regering in het

begin 2019. De uitrol van de url-strategie is gepland in juli 2019 en kent een overgangstermijn van vier jaar.

- budget: de entiteiten vangen de kostprijs op binnen de bestaande kredieten, bij hernieuwing van websites en ander communicatiemateriaal. Het agentschap Informatie Vlaanderen draagt sommige centrale kosten, zoals de Akamai reverse proxy, die vaste url's mogelijk maakt ongeacht waar de websites gehost zijn.
- Nieuwe website Vlaamse Openbare Statistieken
  - doelstelling: de ontwikkeling van een nieuwe website voor het verspreiden van Vlaamse Openbare Statistieken voor diverse gebruikersgroepen, met o.m. geactualiseerde kernstatistieken, interactieve toegang tot open data, een gedetailleerde publicatie-agenda en een interactief consultatieplatform voor gebruikers.
  - status: de realisatie van de nieuwe website is nog in de conceptuele fase; de publicatie ervan is gepland voor de lente van 2020.
  - er wordt overlegd met het agentschap Informatie Vlaanderen om na te gaan of de nieuwe website kan worden opgenomen in zijn webplatform.
  - budget: voor de ontwikkeling van het statistisch datawarehouse dat de basis vormt voor de interactieve toegang tot open data is in de ontwerpbegroting 2019 voorzien in een bijkomend krediet van 250.000 euro.
- Website voor de implementatie van het nieuwe onteigeningsdecreet
  - doelstelling: inspelen op vragen van Vlaamse entiteiten of van lokale besturen bij de opmaak van documenten en de interpretatie van de nieuwe regelgeving. Aan de hand van goede praktijken zullen ook voorbeelddocumenten opgemaakt worden en via de website ter beschikking gesteld worden.
  - status: de website zal geregeld bijgewerkt worden.
  - geen specifiek budget (opgevangen binnen de beschikbare kredieten).
- Ontwikkeling van een digitaal beroepsdossier bij de DBRC (Dienst van de Bestuursrechtscolleges)
  - doelstelling: het verbeteren van de dienstverlening via digitalisering is een prioriteit voor de Dienst van de Bestuursrechtscollege. De DBRC zet in op de mogelijkheid voor procespartijen om een digitaal beroepsdossier in te dienen.
  - status: de DBRC wil het voorbereidend onderzoek dat daarvoor in 2018 is opgestart, afronden met het publiceren van een overheidsopdracht in 2019. Op termijn moet dat digitale beroepsdossier, minstens in de procedures voor de Raad voor Vergunningsbetwistingen, kunnen communiceren met het digitale uitwisselingsplatform van de digitale omgevingsvergunning (het omgevingsloket).
  - budget: voor dit project is geen afzonderlijk budget bepaald. Het project wordt gerealiseerd binnen de beschikbare ICT-werkingsmiddelen.

### ***Geert Bourgeois (onroerend erfgoed)***

- Facebookcampagne Onroerend Erfgoedprijs 2019
- Videoproductie filmpjes Onroerend Erfgoedprijs 2019

### ***Hilde Crevits (onderwijs en vorming)***

- Departement Onderwijs en Vorming
  - Facebookcampagne SID-in 2019  
Timing: eind 2018 - begin 2019  
Doel: meer ouders en moeilijk bereikbare doelgroepen (kansarme gezinnen) bereiken  
Budget: 5.000 euro  
Evaluatie: clicks naar de website via de advertenties

### ***Liesbeth Homans (bestuurszaken en informatiebeleid)***

- agentschap Informatie Vlaanderen
  - Verdere uitbouw van "Mijn Burgerprofiel"

Een belangrijke realisatie in 2018 wat betreft communicatie naar de burgers toe betreft de lancering van "Mijn Burgerprofiel", waarbij elke Vlaming via één navigatiebalk toegang krijgt tot zijn / haar gegevens, en de mogelijkheid krijgt om te reageren op de juistheid van die gegevens. In het najaar van 2018 koppelen de eerste lokale besturen hun website aan dit profiel. Door de implementatie van "Mijn burgerprofiel" zetten we een substantiële stap vooruit in de realisatie van het "no wrong door"-principe. Het maakt m.a.w. niet meer uit waar een burger inlogt, hij kan overal zijn dossier- en statusgegevens bij de overheid bekijken.
  - Webplatformen

Het agentschap Informatie Vlaanderen is in 2018 gestart met de bouw van een nieuw webplatform. Dit zal een belangrijke verbetering betekenen in de communicatie naar de burgers toe omdat de Vlaamse overheidsinstanties dankzij dit webplatform hun producten (vrijblijvend) kunnen aanbieden met geïntegreerde functionaliteiten op het vlak van online betalen, opvolging en afhandeling. De bedoeling is om zo minder afzonderlijke, maar beter op elkaar afgestemde websites te hebben, die voldoen aan de richtlijnen inzake webtoegankelijkheid.
- Agentschap Overheidspersoneel

Linkedin 2019  
Careerpages: 27.075 euro  
Sponsored updates: 20.000 euro  
Beleidsdoelstelling: aantrekken nieuw talent via landingspagina's op LinkedIn en gerichte kleine campagnes, met bijzondere aandacht voor knelpuntfuncties

### ***Liesbeth Homans (wonen)***

- Campagne Vlaams Woninghuurdecreet
- Sensibiliseringscampagne over rookmelders en maatregelen ter preventie van CO-vergiftiging

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

Mijn administratie heeft momenteel geen zicht op digitale overheidscommunicatie in 2019.

### ***Ben Weyts (toerisme)***

- Project Jong Keukengeweld
  - Beleidsdoelstelling (JOP): Strategisch doel "De toeristische aantrekkingskracht van de bestemming Vlaanderen vergroten"
  - Kostprijs: Het volledige creatie- en promotiebudget voor 2019 bedraagt 30.000 euro.
- Stel je vraag
  - Platform voor vragen en antwoorden voor mensen die een vakantiedrempel ervaren.
  - Raming bekendmaking campagne: 15.000 euro.

### ***Philippe Muyters (sport)***

- Voor 2019 staan digitale acties op het programma in het kader van de campagnes "Het is menens met de goede voornemens", "Ook buiten beleef je meer", "Maand van de Sportclub" en "Sport op het werk". De grootte van de budgetten voor online media zal worden bepaald in functie van de doelgroepen en de exacte invulling van de campagnes.  
Ook voor de promotie van sportkampen zal een promotiebudget voorzien worden. Het exacte budget wordt na het opstellen van het marketingplan vastgelegd.
- Voor de online communicatieplatformen die Sport Vlaanderen beheert in functie van communicatie met het middenveld en de burger, zijn volgende initiatieven gepland in 2019:
  - o Voor de sportfederaties wordt in 2019, naast het bestaande online platform in functie van erkenning en subsidiëring, gewerkt aan een online tool voor de ontsluiting van beleidsstatistieken ten behoeve van de sportsector. Hiermee zal Sport Vlaanderen de sportfederaties kunnen informeren over hun eigen statistieken en over geaggregeerde statistieken met het oog op benchmarking.
  - o In functie van de sportdatabank, de online tool op de website van Sport Vlaanderen waarmee de burger alle beschikbare informatie over de sportclubs en de sportinfrastructuren in Vlaanderen kan consulteren, worden de gegevens van de sportclubs en de sportinfrastructuren permanent actueel gehouden door de burger zelf en via samenwerking met de Vlaamse sportfederaties en de gemeentelijke sportdiensten.

### ***Sven Gatz (cultuur, jeugd en media)***

- Sociale Media-campagne Ultimas. Voor de uitreiking van de Ultimas op 5 februari 2019 in AB te Brussel zal vanaf 1 december 2018 een campagne via sociale media worden opgestart. Budget: 1.500 euro.
- Via de sociale media kanalen van het Departement Cultuur, Jeugd en Media blijven we in 2018-2019 verder inzetten om de acties van het departement te communiceren naar een brede doelgroep. Budget 1.000 euro.

- In het communicatieplan 2018 van VRM is er opnieuw een campagne voorzien om het rapport Mediaconcentratie in Vlaanderen te communiceren. Budget 900 euro.

### **Sven Gatz (coördinatie Brussel)**

Vernieuwen van de website 'Coördinatie Brussel' en dit zowel operationeel als naar inhoud en aanpassing aan de huisstijl Vlaanderen.

4. In de onderstaande tabel is voor de jaren 2016, 2017 en 2018 het aandeel van de verschillende media weergegeven voor de bestedingen van de Vlaamse overheid voor de aankoop van mediaruimte via Mindshare. Voor 2018 zijn deze cijfers geschat voor het volledige jaar op basis van de informatie die eind november beschikbaar is.

| <b>Vlaamse Overheid</b> | <b>2016</b>         |             | <b>2017</b>         |             | <b>2018</b>         |             |
|-------------------------|---------------------|-------------|---------------------|-------------|---------------------|-------------|
| Digitaal (internet)     | 660.958,08          | 24%         | 619.772,38          | 24%         | 982.044,39          | 30%         |
| Radio                   | 973.326,24          | 36%         | 799.830,30          | 31%         | 902.393,48          | 28%         |
| Televisie               | 90.606,95           | 3%          | 333.199,29          | 13%         | 462.691,82          | 14%         |
| Print                   | 561.966,10          | 21%         | 744.670,41          | 29%         | 767.213,88          | 24%         |
| Affichage               | 432.164,52          | 16%         | 77.814,97           | 3%          | 111.876,49          | 3%          |
| <b>Totaal</b>           | <b>2.719.021,89</b> | <b>100%</b> | <b>2.575.287,35</b> | <b>100%</b> | <b>3.226.220,06</b> | <b>100%</b> |

Uit deze cijfers blijkt dat het relatieve aandeel voor elke mediumtype van jaar tot jaar varieert. De keuze voor het mediatype wordt vooral bepaald door het onderwerp van de communicatie en door de beoogde doelgroep.

Het aandeel van de digitale media is gestegen in vergelijking met de drie daaraan voorafgaande jaren (zie het gecoördineerd antwoord op uw schriftelijke vraag nr. 59 van 24 oktober 2016). Van 2013 tot 2015 bedroeg het aandeel van internet 18 à 20%. Dat is opgelopen naar 24% in 2016 en 2017, en voor 2018 wordt dat op basis van de huidige schatting zelfs 30% van het totale bedrag van de aangekochte mediaruimte via Mindshare.

### **BIJLAGEN**

1. Overzicht uitgaven communicatie-acties in 2017
2. Overzicht uitgaven communicatie-acties in 2018 (jan-nov)
3. Overzicht gerealiseerde digitale projecten (2017-2018)