Vlaams Parlement

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 140
van **ORRY VAN DE WAUWER**
datum: 27 januari 2020

---

aan **JAN JAMBON**
MINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN BUITENLANDSE ZAKEN, CULTUUR, ICT EN FACILITAIR MANAGEMENT

Departement Cultuur, Jeugd en Media (DCJM) - Evaluatie klantentevredenheid

In de periode maart-april 2019 voerde het marktonderzoeksbureau Ipsos een strategisch onderzoek uit naar de tevredenheid bij directe gebruikers van de dienstverlening van het DCJM, in opdracht van het departement. Deze evaluatie richtte zich op de algemene tevredenheid en de kwaliteit van de dienstverlening, en bracht daarnaast ook het gebruik en de tevredenheid van de verschillende communicatiekanalen die DCJM aanbiedt in kaart.

De doelgroep van de bevraging bestond uit personen die de twaalf voorafgaande maanden aan het onderzoek gebruik hebben gemaakt van de dienstverlening van het departement uit vijf verschillende domeinen (Erfgoed, Jeugd, Kunsten, Sociaal-Cultureel Werk en andere – o.a. respondenten binnen het domein Media die gebruikmaakten van de tax shelter). Ook werd een onderscheid gemaakt op basis van het type dienstverlening.

Uit het onderzoek blijkt dat de tevredenheid over de dienstverlening van het Departement CJM hoog is. Er zijn uiteraard verschillen in de resultaten.

- 75% is (zeer) tevreden over de algemene dienstverlening van het departement. 58% zou niet ondervonden hebben dat het departement een herstructurering onderging. Binnen de domeinen Erfgoed en Sociaal-Cultureel Werk (SCW) ondervonden de respondenten de herstructurering wel (respectievelijk 79% en 67%). Van zij die dit wel ondervonden, duidt 19% op een positieve impact en 23% op een negatieve impact. Binnen het domein SCW werd de negatieve impact zwaarder ervaren (45%)
- De website blijkt als communicatiekanaal redelijk bekend te zijn en positief te scoren op het vlak van begrijpbaarheid en bruikbaarheid. Opnieuw blijkt wel dat binnen Erfgoed en SCW de gebruiksvriendelijkheid en overzichtelijkheid van de website duidelijk minder goed scoren. Er blijkt verder een groot verschil in awareness van de domeinoverkoepelende website.
- Wat het contact met een contactpersoon van het departement betreft, blijkt dat dit beduidend lager ligt binnen het domein Jeugd. Contact via e-mail scoort het hoogst qua tevredenheid, contact via het contactformulier scoort het laagst. De contactpersonen scoren in het algemeen zeer goed, voornamelijk door de professionele houding en klantvriendelijkheid.

Ipsos formuleerde volgende werkpunten.

- Verder onderzoek kan meer duiding bieden waarom de herstructurering door sommige doelgroepen als negatief ervaren werd en concrete oplossingen identificeren waar nodig. Daarnaast kan follow-uponderzoek ook gebruikt worden als learning voor de toekomst.
- Cocreatie en/of user-experiencetesting zijn onderzoeksmethoden die aangewend kunnen worden om te onderzoeken waarom de website minder goed presteert qua gebruiksvriendelijkheid en overzichtelijkheid. Via deze aanpak kan men niet alleen problemen identificeren maar ook input rechtstreeks via gebruikers verzamelen.
- Er kan actie ondernomen worden om de awareness van de domein-overkoepelende nieuwsbrieven te verhogen.
- Gezien de lage tevredenheid over het contactformulier als communicatiekanaal is het nodig om hierover intern en extern te reflecteren.

Ik stel de minister graag volgende vragen over dit onderzoek.

1. Welke algemene conclusies trekt het departement uit dit onderzoek?
2. Heeft dit onderzoek invloed op de lopende hervorming van het departement?
3. Heeft het departement zelf een verklaring voor de verschillen in ervaringen over de herstructurering tussen de verschillende domeinen (meer bepaald binnen de domeinen Erfgoed en SCW)?
4. Welke verklaring ziet het departement voor de lagere tevredenheid over de contactpersonen binnen de afdeling Jeugd?
5. Wat plant het departement te doen met elk van de vier geformuleerde werkpunten?
   a) Volgt verder onderzoek naar de verschillende ervaringen (tussen de verschillende domeinen) over de herstructurering?
   b) Plant het departement om de werking, gebruiksvriendelijkheid en overzichtelijkheid van de website bij te sturen aan de hand van cocreatie en user-experiencetesting?
   c) Plant het departement om initiatieven te nemen om de awareness van de domeinoverkoepelende nieuwsbrieven te verhogen?
   d) Wat plant het departement met betrekking tot de functionaliteit van het communicatiekanaal?
6. Plant het departement een opvolgonderzoek gezien de hoge respons en bereidwilligheid van de respondenten om verder mee te werken aan een opvolgonderzoek?

JAN JAMBON
MINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN BUITENLANDSE ZAKEN, CULTUUR, ICT EN FACILITAIR MANAGEMENT

ANTWOORD
op vraag nr. 140 van 27 januari 2020
van **ORRY VAN DE WAUWER**

---

1. Het departement stelt vast dat bijna 2/3e van de respondenten (65%) de website kent en heeft gebruikt. Binnen de domeinen Erfgoed, Kunsten en Sociaal-Cultureel Werk ligt dit percentage significant hoger. De tevredenheid over de inhoud van de website in het algemeen is relatief hoog (70% is zeer tevreden of tevreden). Daar waar de tevredenheid over de begrijpbaarheid (83%) en bruikbaarheid van de informatie (77%) eveneens goed scoort, lijkt de gebruiksvriendelijkheid en overzichtelijkheid van de website een struikelblok te zijn voor een deel van de respondenten. Deze bevinding is meer uitgesproken binnen de domeinen Erfgoed en Sociaal-Cultureel Werk. Vermoedelijk heeft dit te maken met de erfgoedronde en de visitatieronde die op het moment van de bevraging nog vers in het geheugen zat.

   Wat betreft de nieuwsbrieven die DCJM aanbiedt, zijn er twee opmerkelijke trends. Terwijl de kennis en het gebruik van de sectorspecifieke nieuwsbrieven hoog is, ligt dit beduidend lager voor de sector-overkoepelende nieuwsbrieven. 74% kent en leest de nieuwsbrief Erfgoed en 67% de nieuwsbrief Sociaal-Cultureel Werk, terwijl dit slechts 8% is voor de nieuwsbrief Creatief Europa Desk Vlaanderen en amper 2% voor de nieuwsbrief Europa voor de Burger Vlaanderen. Respondenten die aangaven één van de nieuwsbrieven te lezen zijn weliswaar zeer tevreden over de inhoud van de nieuwsbrief (80% is zeer tevreden of tevreden).

   Gedurende het voorbije jaar had 70% van de respondenten contact met een medewerker van DCJM. Dit cijfer ligt significant hoger voor alle domeinen, met uitzondering van het domein Jeugd (47%); het contact verliep voornamelijk via e-mail (89%) en telefoon (57%). Het contactformulier en andere communicatiekanalen (zoals bijvoorbeeld persoonlijk contact of infosessies) worden minder vaak gebruikt. Van alle communicatiekanalen scoort e-mail het hoogste qua tevredenheid. 85% is zeer tevreden of tevreden, maar respondenten geven ook een hoge tevredenheid over telefoon (81%) en andere kanalen aan (78%). De tevredenheid over de contactpersoon van DCJM waarmee de respondenten contact hadden, werd ook bevraagd. Bijna 90% geeft aan zeer tevreden of tevreden te zijn over de contactpersoon in het algemeen. Dit wordt gedreven door de bijzonder hoge tevredenheid over de professionele houding en klantvriendelijkheid van de contactpersonen, en trekt zich door binnen alle domeinen. Dit bevestigt dat de medewerkers van het departement hun uiterste best doen inzake klantgerichtheid.

   Respondenten die het contactformulier gebruikten, zijn opvallend minder tevreden: slechts 52% is zeer tevreden of tevreden, en 17% geeft aan niet tevreden of helemaal niet tevreden te zijn. Deze meer anonieme vorm van dienstverlening lijkt minder geapprecieerd te worden. Om de continuïteit van de dienstverlening te garanderen worden dergelijke kanalen natuurlijk meer en meer ingezet.

2. Er is geen directe invloed.

3. Voor de domeinen Erfgoed en SCW kan vermoed worden dat de verschillen te verklaren zijn door het feit dat op het moment van de bevraging de Erfgoedronde en de Visitatieronde in het SCW net afgerond werd of afgelopen was. Voor de andere

werkingen waren er geen noemenswaardige grote rondes waardoor we de verschillen durven toewijzen aan het al dan niet lopen van grote rondes. Het zijn in die periodes dat men intensief gebruikt maakt van de dienstverlening van het departement en sterk afhankelijk is van de door het departement aangeleverde of ter beschikking gestelde informatie.

4. Een mogelijke verklaring hiervoor kan zijn dat in de cijfers voor de afdeling Jeugd ook de gebruikers van de Kadervormingstool (beter bekend als de KAVO-tool) meegenomen zijn. Dat deze actoren geen contact gehad hebben met de contactpersonen binnen de afdeling Jeugd moet niet verbazen aangezien alle contact via de toepassing verloopt.

5. a) Er is structureel overleg met de diverse subsectoren via het sectoraal overleg waarin de impact van wijzigingen in processen van het departement aan bod komt voor zover van toepassing. Daarnaast is er ook bilateraal overleg met diverse vertegenwoordigers vanuit de sector.
   Dit neemt niet weg dat binnen het departement de ambitie geuit is om structureel bevragingen te organiseren na grote rondes. Zo kan, via een aanpak die kort op de bal speelt, meer op maat ingegaan worden op werkpunten. De bevraging waarover deze vragen gaan betreft eerder een algemene sentimentsbevraging.

   b) De geformuleerde struikelblokken van gebruiksvriendelijkheid en overzichtelijkheid zullen in de toekomst worden opgevangen met een nieuwe website waarbij een optimale gebruikerservaring wordt nagestreefd.

   c) Over de hoge tevredenheid van de sectorspecifieke nieuwsbrieven is het departement verheugd. Voor de nieuwsbrief Europa voor de Burger kan een minder goed resultaat verklaard worden doordat de eigenlijke doelgroep van deze nieuwsbrief niet sterk aanwezig was in de targetdoelgroep van deze tevredenheidsenquête (voor de verklaring – zie hieronder bij de FAQ). Toch heeft het departement recent de keuze gemaakt om de doelgroep beter te bereiken via de communicatiekanalen van andere actoren, ook wel tussenschakels genoemd. Denk hierbij bv. aan de VVSG of lokale actoren. Voor de nieuwsbrief Creatief Europa ziet het departement de cijfers verklaard doordat de mediadoelgroep ondervertegenwoordigd was in de targetgroep van de respondenten.

   d) Aangezien de tevredenheid over de nieuwsbrieven hoog tot zeer hoog is zal het departement, naast de reeds opgesomde initiatieven, geen verdere actie(s) ondernemen rond dit communicatiekanaal.

6. Er is een kader voor bevragingen binnen het departement waarmee kort na subsidierondes of belangrijke fases zoals de aanvraag en visitatiefase een tevredenheidsbevraging opgezet zal worden. Dit moet meer op maat bevragen en bijsturen mogelijk maken.