Vlaams Parlement

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 155
van **BRECHT WARNEZ**
datum: 15 juni 2020

---

aan **BENJAMIN DALLE**
VLAAMS MINISTER VAN BRUSSEL, JEUGD EN MEDIA

Vlaamse Regulator voor de Media (VRM) - Klanttevredenheidsonderzoek

Burgers, ondernemingen en overheden verwachten een sterke, toegankelijke en klantgerichte dienstverlening en werking van de Vlaamse overheid. Het is dan ook belangrijk om te waken over de kwaliteit van dienstverlening, ook bij de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM).

Een belangrijk instrument hierbij is het voeren van een klanttevredenheidsonderzoek. Dankzij dergelijke onderzoeken of -metingen verwerft een overheid verbeterinformatie en wordt de band met de klanten versterkt. Bovendien stimuleert dit het klantgericht denken binnen de organisatie. Een klanttevredenheidsonderzoek bevordert de evolutie van een aanbodgestuurde naar een meer vraaggestuurde dienstverlening en werking waarbij burgers, ondernemingen en overheden steeds centraal staan.

1. Wanneer werd de laatste klanttevredenheidsmeting uitgevoerd wat de werking en de dienstverlening van de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM) betreft? Om de hoeveel tijd is er een meting?
2. Op basis van welke criteria worden de tevredenheidsmetingen gehouden? Wat zijn de doelstellingen? Gaat het om een steekproef of een ad-randombevraging? Hoe wordt bepaald welke aspecten van de dienstverlening al dan niet bevraagd worden?
3. Worden de klanttevredenheidsmetingen volledig uitgevoerd door de eigen diensten van het agentschap of wordt daartoe ook samengewerkt met/uitbesteed aan gespecialiseerde adviesbureaus? In dit laatste geval, hoeveel bedroegen de kosten voor die klanttevredenheidsmeting?
4. Wat waren de belangrijkste resultaten van de laatste klanttevredenheidsmeting? Wat is de algemene tevredenheid(sscore)?
5. Wat zijn de (voornaamste) verbeterpunten?
6. Hoe verhouden de resultaten van de laatste klanttevredenheidsmeting zich ten opzichte van de voorlaatste? Wat was de algemene tevredenheid(sscore) van de voorlaatste klanttevredenheidsmeting en wanneer werd die uitgevoerd? Is er een positieve of negatieve evolutie?
7. Op welke wijze werd gevolg gegeven aan de laatste klanttevredenheidsmeting? Hoe zullen de resultaten in de werking van de VRM betreft geïmplementeerd worden? Heeft de minister daartoe specifieke instructies gegeven? Op welke manier volgt hij de doorvoering van mogelijke verbeterpunten op?
8. Is er op korte termijn een nieuwe klanttevredenheidsmeting gepland?

9. Hoe evalueert de minister de laatste klanttevredenheidsmeting van de VRM?

BENJAMIN DALLE
VLAAMS MINISTER VAN BRUSSEL, JEUGD EN MEDIA

ANTWOORD
op vraag nr. 155 van 15 juni 2020
van **BRECHT WARNEZ**

---

1. In 2013 voerde het bureau TNS Dimarso een klantentevredenheidsmeting uit naar de 'perceptie en tevredenheid van communicatie en informatie' bij de VRM. Het initiatief daartoe werd door de VRM zelf genomen.

   Er is geen vast ritme vastgelegd voor eventuele vervolgonderzoeken. Sedertdien is er geen klanttevredenheidsonderzoek meer gevoerd.

2. Het TNS Dimarso onderzoek spitste zich toe op de communicatie en informatie van de VRM. De bevraging werd door de VRM samen met het geselecteerde bureau TNS Dimarso opgesteld. Het doel van het onderzoek was om de perceptie en appreciatie te achterhalen van de ingezette communicatiemiddelen. Hiervoor werd gebruik gemaakt van een steekproefsgewijze bevraging. De bevraging was zowel kwantitatief als kwalitatief.

3. Het onderzoek werd uitgevoerd door het gespecialiseerde adviesbureau TNS Dimarso. De kostprijs voor de klanttevredenheidsmeting bedroeg 32.498,18 euro.

4. Uit de klanttevredenheidsmeting van TNS Dimarso bleek dat de overgrote meerderheid van de respondenten (85%) tevreden was over de communicatie van de VRM. 29% was zelfs uiterst/zeer tevreden. De algemene conclusie was dan ook dat er een zeer grote mate van tevredenheid was over de VRM-communicatie. De communicatie van de VRM werd ervaren als doeltreffend en mee met zijn tijd. De VRM kwam als een betrouwbare en competentie informatiebron uit het onderzoek.

5. Als voornaamste verbeterpunten uit de klanttevredenheidsmeting van TNS Dimarso werden genoemd:
   - communicatie kan nog proactiever;
   - communicatie kan nog doeltreffender;
   - elektronische communicatie kan nog meer gestroomlijnd worden;
   - vormelijke update van de website dringt zich op.

6. Het was een eenmalig onderzoek. Een vergelijking tussen een laatste en voorlaatste meting is dus niet mogelijk.

7. De VRM is met de resultaten van de TNS Dimarso bevraging aan de slag gegaan. Zo werd bijvoorbeeld de website van de VRM volledig aangepast. De VRM website werd niet alleen vormelijk gealigneerd aan de nieuwe huisstijl van de Vlaamse overheid, ook inhoudelijk werd de website grondig aangepast en op punt gezet.

   De verschillende communicatiemiddelen werden tegen het licht gehouden. Bepaalde middelen werden geïntegreerd en in elkaar geschoven.

   De resultaten van de bevraging toonden zeer duidelijk aan dat de communicatie van de VRM inhoudelijk sterk is. Sindsdien wordt door de VRM nog meer proactief gecommuniceerd.

8. Nee.

9. De bevraging die de VRM in het verleden heeft gehouden dateert reeds van 2013. Hieruit blijkt een tevredenheid over de werking van de VRM. Positief is ook dat de VRM aan de slag is gegaan met de resultaten van het TNS Dimarso-onderzoek.