Vlaams Parlement

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 192
van **TINE VAN DEN BRANDE**
datum: 5 augustus 2020

---

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

Corona en contactopvolging - Informatiecampagne gericht op jongeren

Op 27 juli jl. stond in Het Nieuwsblad: "Sciensano smeekt jongvolwassenen haast om de preventieregels strikt na te leven, nu blijkt dat bij die groep de meeste besmettingen worden vastgesteld."

De sensibiliseringscampagnes van de overheid bereiken jongeren en jongvolwassenen blijkbaar onvoldoende. Verder staat er in het artikel: "Daarom voert zowel de Vlaamse als federale overheid de communicatie-inspanningen fors op, in een haast ultieme poging jonge twintigers alsnog te overtuigen de maatregelen na te leven."

Vlaanderen zal social influencers inzetten om jongeren in de leeftijdscategorie 18 tot 24 jaar te bereiken om de regels nogmaals te duiden alsook te wijzen op het belang van contact tracing. Op 31 juli vermeldde Gazet van Antwerpen dat o.a. de Instagrammers/Tiktokkers/Youtubers Stien Edlund (19) en Laura Lieckens (27) door de Vlaamse overheid worden ingezet in de campagne met focus op contactopsporing. Dit naast de spotjes met bv's via klassieke en sociale media. Een initiatief dat ik toejuich.

1. Met welk communicatiebureau ging de overheid in zee om deze lastminutecampagne uit te werken? Hoeveel kandidaten waren er? Waarom de keuze voor dit bureau? Wat is het campagnebudget?
2. Welke kanalen en hoeveel influencers werden ingezet voor deze campagne (facebook, Instagram, Tiktok, Youtube,…)? Is er een bewuste keuze gemaakt om influencers van verschillende subculturen/sociale achtergronden in te zetten zodat een zo groot mogelijk diverse groep jongeren bereikt zou worden? Zo ja, graag een overzicht.
3. Werden er naast influencers ook gesponsorde boodschappen ingezet op diezelfde kanalen (facebook, Instagram, Tiktok, Youtube)? En via andere kanalen (games via telefoonapp bijvoorbeeld, snapchat, andere …)?
4. Hoelang liep de campagne? Graag een bondig overzicht van de tijdstippen waarop de boodschappen (influencers en gesponsorde boodschappen) gepubliceerd zijn.
5. Stien Edlund en Laura Lieckens publiceerden beiden enkele foto's met vrienden en familie van wie de gezichten vaag gemaakt waren met de boodschap: "Sommige dingen hou ik liever privé, maar als ik gecontacteerd word door de mensen van contactopvolging, dan vertel ik met wie ik contact had. Want stel nu dat ik besmet zou zijn met het coronavirus, dan moeten alle mensen met wie ik contact heb gehad, dat weten. No worries: dat gebeurt volledig anoniem. Als ze bellen, werk hieraan

mee! Zo help je het coronavirus tegen te houden. Doe het voor jezelf, en #voorelkaar #contactopvolging #vlaamseoverheid #collab."

Waarom werd er ook geen link naar een webpagina met duidelijke info, gericht op jongeren, meegegeven in deze berichten? Of werd er een link in bio gepubliceerd? Of via hun verhaal (dat was alvast handig geweest om in zekere mate het bereik te meten op basis van de doorklik naar die webpagina)?

6. Werden de influencers ook bijgestaan als er reacties en vragen kwamen op hun bericht? Op het account van Stien Edlund zijn er verschillende reacties van jongeren die eigenlijk de boodschap niet begrijpen of ze niet lezen en de foto's met vage gezichten niet begrijpen. Hoe werd dit aangepakt?
7. Wat zijn de vooropgestelde doelen van deze campagne en hoe zullen die bereikt en gemeten worden? Kan de minister de resultaten meedelen?
8. Op welke manier hield de campagne rekening met de huidige psychologische mindset van vele jongeren? Verschillende psychologen stellen immers dat het effect van de eerste lockdown niet te onderschatten is. Gevoelens van frustratie en fatalisme zijn bij een groep jongeren aanwezig en beïnvloeden hun gedrag. Hoe werd dit aangepakt?

BENJAMIN DALLE
VLAAMS MINISTER VAN BRUSSEL, JEUGD EN MEDIA

ANTWOORD
op vraag nr. 192 van 5 augustus 2020
van **TINE VAN DEN BRANDE**

De sensibiliseringscampagne naar jongeren om de preventiemaatregelen inzake de verspreiding van de covid-19 pandemie te respecteren, kadert in de ruime communicatiecampagne 'check check check' die door de Vlaamse overheid wordt opgezet in functie van het informeren en sensibiliseren van de bevolking om op een verantwoorde manier om te gaan met deze crisis.

Ook deze specifieke campagne naar jongeren toe, wordt – net als de andere campagnes – gecoördineerd door de Kanselarij die onder de bevoegdheid valt van de Minister-president. De inhoudelijke input en evaluatie van deze campagne ligt bij het beleidsdomein Welzijn, Volksgezondheid en Gezin.

Omwille van mijn bevoegdheid heb ik mee het initiatief genomen voor deze campagne, maar de opvolging en de uitvoering valt onder de bevoegdheid van mijn collega's Jan Jambon en Wouter Beke.