

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 802
van **ELKE SLEURS**
datum: 2 augustus 2017

aan **JO VANDEURZEN**
VLAAMS MINISTER VAN WELZIJN, VOLKSGEZONDHEID EN GEZIN

Beroepen in zorg- en welzijnssector - Promotiecampagnes

Campagnes om de zorg- en welzijnssector extra in de verf te zetten, worden al jaren opgezet. Vlaanderen wil via sensibilisering en informatisering het draagvlak voor en in de zorg verbreden.

De ene campagne is de andere niet. Afhankelijk van de uitwerking, het bereik en de samenwerking wordt het succes hierdoor bepaald. Zo was er in 2011 een succesvolle promotiecampagne die de Vlaamse overheid lanceerde voor opleidingen die naar zorgjobs leiden. Toch blijkt uit een recent antwoord van de minister dat het aantal vacatures voor knelpuntberoepen binnen zorg en welzijn na een daling sinds 2012 opnieuw licht aan het stijgen is.

Een mooi voorbeeld van een wervende campagne was 'Verplegen, het zit in je genen'. De opzet was jongeren warm maken voor het verpleegkundig beroep. De actie verliep via een combinatie van klassieke media (website, nieuwsbrief) en sociale media (facebook, twitter).

Een ander voorbeeld van een campagne in de zorg- en welzijnssector was de eerste campagne over de Vlaamse Sociale Bescherming. We kijken alvast uit naar de aangekondigde tweede campagne over de Vlaamse Sociale Bescherming, in de herfst van 2017.

De zorg- en welzijnssector is vragende partij voor dergelijke stimulansen. Door Vlaanderen worden daartoe dan ook de nodige middelen vrijgemaakt. Om een idee te krijgen van het aantal opgezette campagnes, onder meer ter promotie van de beroepen in de zorg- en welzijnssector heb ik volgende vragen.

1. Welke campagnes in de zorg- en welzijnssector zijn tijdens deze regeerperiode gevoerd? Op basis van welke criteria worden die geëvalueerd? Wat was het resultaat van deze evaluaties? Hoe worden deze campagnes gefinancierd, met welke partners? Graag de antwoorden opgesplitst per campagne.
2. Welke campagnes heeft de minister nog gepland in 2017? In 2018? Voor wanneer precies? Met welk doel voor ogen? In welk budget wordt hiervoor voorzien? Graag per campagne opgesplitst.

3. Welke campagnes zal de minister nog specifiek richten op knelpuntberoepen nu blijkt dat ondanks eerder gevoerde campagnes het aantal vacatures toch opnieuw aanzienlijk stijgt?
4. Zal de minister ook campagne voeren voor persoonlijke assistenten in het kader van PAB (persoonlijkeassistentiebudget)?
5. Plant de minister ook een campagne ter promotie van de indicatiestellers en controle-indicatiestellers - waarvoor een centraal expertenplatform zou worden opgericht - in het kader van de Vlaamse Sociale Bescherming?

ANTWOORD

op vraag nr. 802 van 2 augustus 2017
van **ELKE SLEURS**

Antwoord VAPH

1. Er zijn vanuit het Vlaams Agentschap voor Personen met een Handicap geen campagnes gevoerd om de zorg- en welzijnssector extra in de verf te zetten.
2. Er zijn tevens geen dergelijke campagnes gepland voor 2017 en 2018.
3. Idem antwoord op vraag 2.
4. Er zijn geen campagnes gepland voor persoonlijke assistenten. In 2017 werd het systeem van persoonlijke-assistentiebudgetten ingekanteld in de persoonsvolgende financiering. In 2017 en 2018 wordt er intensief geïnvesteerd in het informeren van alle belanghebbenden over verschillende transitie-aangelegenheden.
5. Idem antwoord op vraag 2.

Antwoord Zorg en Gezondheid

1. De campagne om de zorg- en welzijnssector deze regeerperiode in de verf te zetten, is de campagne "Een zorgjob - ik ga ervoor". Deze campagne is van start gegaan op 1 december 2011 en wordt georganiseerd door Vlaams ambassadeur Lon Holtzer, in samenwerking met het Agentschap Zorg en Gezondheid, het Departement Welzijn, Volksgezondheid en Gezin in het Vlaams Overlegplatform Promotie Zorgberoepen (VOPZ). De campagne heeft als doel om mensen warm te maken voor een job in de zorg, met nadruk op de knelpuntberoepen in de zorg zoals bijvoorbeeld verpleegkundige en zorgkundige. Belangrijke doelgroepen daarbij zijn jongeren die op het punt staan hun studiekeuze te maken, "zij-instromers" (i.e. mensen die al een job uitoefenen maar een carrièreswitch overwegen) en mensen met een migratieachtergrond. De campagne loopt permanent door, met als belangrijkste kanalen de website www.ikgaervoor.be en de ambassadeursrol die Lon Holtzer opneemt (zowel in de sociale media, de media als in overlegfora en/of studiedagen). Elk voorjaar krijgt de campagne een extra stimulans met een mediacampagne.

Het budget voor deze campagne komt jaarlijks van de begroting van het Departement Welzijn, Volksgezondheid en Gezin. Voor de campagne van 2017 was 149.373,75 euro beschikbaar.

De campagne maakt deel uit van het bredere actieplan "Werk maken van werk in de zorg- en welzijnssector", dat intussen aan zijn derde versie toe is. Binnen dat actieplan, te vinden op <http://www.ikgaervoor.be/voor-zorgprofessionals>, worden de doelstellingen, doelgroepen en aanpak van de campagne meer in detail beschreven. Voor de evaluatie van de campagne volgt de zorgambassadeur, naast een aantal cijfers over mediabereik en websitebezoek, verschillende indicatoren op over het aantal inschrijvingen in opleidingen voor zorgverlener, het aantal geregistreerde zorgbeoefenaars, en openstaande vacatures. Deze indicatoren worden gemonitord in een "boordtabellenset", die consulteerbaar is op <http://www.ikgaervoor.be/voor-zorgprofessionals>. In het actieplan 3.0 is ook een uitgebreide analyse gemaakt van de resultaten van de actieplannen 1.0 en 2.0.

Een andere campagne over de zorg- en welzijnssector was de campagne "Wat vindt u belangrijk aan een assistentiewoning". Deze campagne wil toekomstige huurders- en kopers van een assistentiewoning attent maken waar ze op moeten letten bij hun keuze van een assistentiewoning en duidelijk het onderscheid maken tussen erkende assistentiewoningen en het aanbod op de commerciële markt aan andere vormen van zorg- of ouderenflats. De campagne werd gefinancierd door de begroting van het Agentschap Zorg en Gezondheid. Voor de campagne was 210.000 euro beschikbaar. De campagne loopt nog tot eind dit jaar, de evaluatie zal bestaan uit een evaluatie van het mediabereik, het websitebezoek en het aantal verzonden "checklists" waarmee mensen de aandachtspunten voor hun assistentiewoning kunnen "afvinken".

2. In de tabel als bijlage vindt u een overzicht van de campagnes die nog gepland zijn in 2017 en 2018. De campagne over de Vlaamse Sociale Bescherming waarnaar u verwijst, zal niet plaatsvinden in de herfst van 2017, maar is verschoven naar het voorjaar van 2018. Zo valt de campagne samen met het moment dat elke Vlaming zijn zorgbijdrage voor de Vlaamse Sociale Bescherming moet betalen.
3. De campagne "Een zorgjob - ik ga ervoor" zet zijn inspanningen verder, met blijvende focus op de knelpuntberoepen. In 2016 en 2017 heeft de campagne intensieve samenwerking kunnen bekomen met verschillende mediapartners, zoals de radiozender MNM die vanuit een zorg- of welzijnslocatie uitzendt, en het radioprogramma "De Madammen" op Radio 2. Er is ook intensieve samenwerking opgezet met de "Dag van de Zorg". De zorgambassadeur zal in samenwerking met de administraties de campagne en deze samenwerkingen verderzetten.
4. Er staat geen campagne gepland specifiek over de persoonlijke assistenten. De "persoonlijke zorgassistent" is wel een van de zorgberoepen die in de "ik ga ervoor"-campagne wordt belicht. Zie bijvoorbeeld op <http://www.ikgaervoor.be/persoonlijk-zorgassistent-begeleider-pvbpabbob>.
5. Er is geen campagne gepland ter promotie van de indicatiestellers en controle-indicatiestellers.

BIJLAGE

Overzicht campagnes