

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 202
van **MIRANDA VAN EETVELDE**
datum: 6 april 2018

aan **SVEN GATZ**
VLAAMS MINISTER VAN CULTUUR, MEDIA, JEUGD EN BRUSSEL

Communicatieplatform voor de jeugd - Stand van zaken

Kinderen en jongeren hebben nood aan aanspreekpunten op maat, die zich best bevinden in hun eigen leefwereld.

In zijn beleidsnota Jeugd 2014-2019 kondigde de minister aan dat hij werk zou maken van een duidelijk aanspreekpunt voor kinderen en jongeren. Dat zou moeten uitmonden in één uniek communicatieplatform. Uiteindelijk keurde de Vlaamse Regering in juni 2017 de conceptnota voor een communicatieplatform voor de jeugd goed. Daarin werden de contouren van het toekomstig platform uitgetekend. De uitvoering van dit plan werd gegund aan de Ambrassade en het platform zou worden gerealiseerd tegen eind 2018.

In de beleidsbrief Jeugd 2017-2018 lezen we het volgende: "In 2018 lanceer ik het nieuw communicatieplatform voor de jeugd. (...) Het door De Ambrassade ingediende concrete plan van aanpak zal daarbij als basis dienen, maar dient nog verder technisch uitgewerkt te worden, zeker wat het plan van aanpak op ICT-vlak betreft. Ik zie er op toe dat daarbij in het bijzonder aandacht besteed wordt aan de aanbevelingen uit de conceptnota: we maken duidelijke afspraken over de gewenste output, het organisatiemodel, de ondersteuning van de lokale spelers en de betrokkenheid van referentiespelers (Awel, CJP/BILL (nu Publiq), Kinderrechtencommissariaat, ...) in het kader van mede-eigenaarschap ,..."

1. De subsidieovereenkomst bepaalt dat de Ambrassade twee keer in 2018 terugkoppelt.

Werd er reeds een eerste keer teruggekoppeld? Zo ja, wat waren de voornaamste aandachtspunten die hierbij naar voren kwamen? Welke drempels (op vlak van ICT en andere) bestaan er nog?

Zo neen, wanneer zal het eerste terugkoppelmoment plaatsvinden?

2. Wat is de verdere timing van het communicatieplatform? Wat zijn de volgende stappen om het communicatieplatform te realiseren tegen eind 2018?
3. In hoeverre zijn de basispartners tot nu toe betrokken geweest?
4. Er werd ook onderzocht of het aangewezen is aan dit platform een kaart te verbinden die kinderen en jongeren van voordelen en kortingen laat genieten.

Bestaat hier al duidelijkheid over? Welke financiële implicaties zou deze kaart met zich meebrengen?

ANTWOORD

op vraag nr. 202 van 6 april 2018

van **MIRANDA VAN EETVELDE**

1. De Ambrassade koppelde in maart terug over de stand van zaken. Momenteel stellen zich geen specifieke problemen. De Ambrassade gunde het bouwen van de website aan Wiener, kende de branding toe aan Makeout, en stelde een freelancer aan om de sociale mediastrategie te ontwikkelen. Er vonden al user testings plaats om de naam, de branding en de eerste wireframes te toetsen bij jongeren. De wireframes voor mobile first zijn klaar. WATWAT de naam van het platform en het logo werd net gelanceerd.
2. De Ambrassade trok een freelance medewerker aan voor sociale media. Een vacature voor een medewerker voor marketing en netwerking zit in de pijplijn. Ze zal ook een beroep doen op een bureau om de lancering en marketing mee uit te werken. Er wordt een bestek voorbereid. De timing voor de lancering in oktober 2018 wordt aangehouden.
3. De Ambrassade realiseerde in maart een informatie- en inputmoment voor alle huidige content- en labelpartners. Er waren 30 partners aanwezig. Ze voerde ook gesprekken met mogelijke kernpartners: ze werkt al met Awel samen; Publiq wordt de kernpartner wat betreft cultuur. Er vond ook een gesprek plaats met de VRT, dat op haar nieuwe project Klaar zal verwijzen naar het communicatieplatform.
4. Zoals ook al meegedeeld in mijn antwoord op SV115 van Tine Soens wordt pas in 2019 de mogelijkheid onderzocht om een beloningssysteem te koppelen aan het communicatieplatform en in 2020 hoe een digitale drager zoals een kaart of app kan worden gekoppeld aan het platform.