

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 1086
van **LIEVE MAES**
datum: 17 mei 2018

aan **BEN WEYTS**

VLAAMS MINISTER VAN MOBILITEIT, OPENBARE WERKEN, VLAAMSE RAND, TOERISME EN DIERENWELZIJN

Vzw 'de Rand' - Gebruik sociale media door de RandKrant

In het jaarverslag van vzw 'de Rand' 2017 kunnen we lezen dat RandKrant in 2017 een facebookpagina heeft opgestart. Het is een moderne, laagdrempelige en aanvullende manier om RandKrant bekend te maken bij het brede publiek en zo nieuws uit de Rand beter te verspreiden.

1. Is het aantal 'likes', het aantal bezoekers en het verkeer op de pagina volgens de verwachtingen? Welke doelstellingen werden vooropgesteld?
2. Is in een groeipad voorzien en werden initiatieven gepland om nog meer bekendheid te genereren?
3. Op welke manier en van wie krijgt men feedback op deze pagina? Is die op dit moment eerder positief of eerder negatief? Hoeveel feedback ontving RandKrant al?
4. Hoeveel mensen werken mee aan dit sociaal kanaal?
5. Welk budget besteedt RandKrant aan sponsoring van berichten via sociale media?
6. Is hier ook sprake van samenwerking met RINGtv? Zo neen, overweegt men om dat in de toekomst wel te doen?

ANTWOORD

op vraag nr. 1086 van 17 mei 2018

van **LIEVE MAES**

1. De Facebookpagina van RandKrant is gestart in maart 2017. Het aantal likes van de pagina bedraagt nu, na iets meer dan een jaar, 3.132. Dat is een goed resultaat. De doelstelling is kwaliteitsvol online aanwezig te zijn en een constante wisselwerking tussen het gedrukte tijdschrift, de website en de Facebookpagina te hebben.
2. De bedoeling is natuurlijk niet dat de pagina stagneert maar ook dat die aangroeit. 3.200 likes zijn beter dan 3.000. Een exact cijfer plakken we daar echter niet op, omdat het een eenzijdig kwantitatief beeld geeft op basis van niet altijd even makkelijk te interpreteren cijfers van Facebook.
De pagina wordt gepromoot door bijvoorbeeld te verwijzen naar de extra's die je soms op de website van RandKrant kan terugvinden (een extra artikel of een reeks artikels) of door kleine acties zoals het wegschenken van een boek of onze postkaarten naar aanleiding van 20 jaar RandKrant.

Vanaf nu wordt ook op een meer gestructureerde manier samengewerkt met RINGtv.
3. Mensen reageren door berichten aan te klikken, te delen of te liken, of commentaren toe te voegen. Voor de periode tussen 26 april en 23 mei betekent dit een bereik van 6.800 mensen en een betrokkenheid (liken, delen, reacties) van 1.860 interacties. Dit is slechts een indicatie, het geeft een grootorde aan, want de cijfers evolueren elke dag naargelang het aantal berichten en het soort berichten die worden gepost.
Bij sommige berichten op de website is er ook de mogelijkheid om te reageren. De overgrote meerderheid van de reacties zijn positief of neutraal, en soms ook naast de kwestie.
4. De Facebookpagina van RandKrant wordt ingevuld en opgevolgd door de stafmedewerker 'online communicatie' van de cel publicaties van vzw 'de Rand'. Zij coördineert en doet de opvolging van alle online-activiteiten van vzw 'de Rand'.
5. RandKrant promoot sporadisch haar pagina en sommige berichten van de pagina. Tussen januari en mei 2018 ging dit over 100 euro.
6. In mei 2018 werkten RandKrant en RINGtv een meer gestructureerde manier van samenwerken uit. Dit gaat concreet over een rechtstreekse link op onze websites, meer wisselwerking online en elkaar informeren over redactionele onderwerpen en langere termijn projecten.