

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 351
van **KARIN BROUWERS**
datum: 19 juni 2020

aan **JAN JAMBON**

MINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN BUITENLANDSE ZAKEN,
CULTUUR, ICT EN FACILITAIR MANAGEMENT

Coronacrisis - Informatiecampagne #IKREDLEVENS (2)

In zijn antwoord op mijn schriftelijke vraag nr. 242 van 31 maart 2020 stelde de minister o.a.: "De campagne, en dus ook de planning en de praktische uitwerking ervan, verloopt in meerdere fasen. Tot op heden (begin mei) zijn drie fasen uitgevoerd.

Het is de bedoeling om volgens de evolutie van de situatie en volgens de nood aan een aangepaste boodschap ook het mediaplan flexibel te kunnen bijsturen. Dat betekent dus dat het mediaplan dagelijks blijft evolueren en dat er vaak bijsturing nodig is volgens de mediatypes die we selecteren of meer op de voorgrond willen plaatsen. Bovendien stemmen we af met het federaal crisiscentrum zodat we mekaar in boodschap en kanalen aanvullen en versterken.

Alles hangt af van wie we willen bereiken met welke boodschap. Het is essentieel om op een doeltreffende en efficiënte manier onze boodschap naar de doelgroepen te brengen. Deze premisse hanteren we, net als altijd, ook in deze campagne. Het gaat dus niet zomaar om het verdelen van het budget. Bij het opstellen en bijsturen van het mediaplan wordt rekening gehouden met de doelstellingen en met de te bereiken doelgroepen."

1. Is de campagne ondertussen helemaal afgelopen? Hoeveel fases bevat(te) de campagne in totaal? Indien de campagne nog niet is afgelopen, in welke fase zit de campagne, wat is deze fase concreet en welke fases volgen nog?
2. Graag een overzicht van de concrete spreiding van de aankoop van mediaruimte over de verschillende mediasectoren en mediabedrijven (print, online, radio, tv enzovoort). Welke kranten, radio- en tv-zenders, onlinemedia kregen concreet welk bedrag?
3. Hoeveel werd besteed aan advertenties op sociale media? Hoeveel kreeg welk kanaal op de sociale media concreet?
4. Op welke basis werden deze bedragen op deze manier gespreid?

JAN JAMBON

MINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN BUITENLANDSE ZAKEN,
CULTUUR, ICT EN FACILITAIR MANAGEMENT

ANTWOORD

op vraag nr. 351 van 19 juni 2020
van **KARIN BROUWERS**

1. De campagne is nog niet afgesloten.

In de mate van het mogelijke houden we bij de planning van de verdere werkzaamheden rekening met de evolutie van de verspreiding van het virus. Gelet op de onvoorspelbaarheid daarvan werken we niet meer met een planning in concrete fasen maar proberen we zo goed mogelijk in te spelen op de actuele behoeften.

Tijdens de zomerperiode spelen we bijvoorbeeld in op het toerisme naar de Belgische kust en we houden het belang van het naleven van de maatregelen blijvend onder de aandacht. Centraal staat voortaan een oproep tot solidariteit in het tonen van gewenst gedrag. We beklemtonen de *#voorelkaar* en vermelden uitdrukkelijk *'Blijf zorgen voor jezelf en voor elkaar'*. Geleidelijk aan verschuift de focus van onze campagne nu naar het belang van deelname aan contactonderzoek.

We blijven de situatie verder op de voet volgen en we evalueren permanent of er nood is aan bijkomende communicatie en welke klemtonen we daarbij moeten leggen.

2-3. Tot eind juni 2020 is voor deze campagne 1.571.878,33 euro (excl. BTW) besteed aan mediaruimte. In de bijlage is de verdeling in detail weergegeven.

4. Ik verwijs naar de toelichting die ik gegeven heb in mijn antwoord op uw schriftelijke vraag nr. 242 van 31 maart 2020. Ook in mijn antwoord n.a.v. uw vraag hierover tijdens de gedachtewisseling van 9 april ll. over de impact van de coronacrisis op het beleidsveld Cultuur in de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media heb ik benadrukt dat het niet zomaar gaat de verdeling van een budget over verschillende mediapartners maar dat mijn diensten nagaan, naargelang van de boodschap die we willen brengen en van de doelgroep die we willen bereiken, wat daarvoor de meest doelmatige en doeltreffende kanalen zijn.

BIJLAGE

[Detail van de bestedingen aan mediaruimte \(tot eind juni 2020\)](#)