

PROMOTIE- EN SENSIBILISERINGSCAMPAGNES VLAAMSE OVERHEID - RECLAMEBUREAUS - Schrift. vraag van Bart Claes dd. 24/6/2020

Bart Somers, Viceminister-president van de Vlaamse Regering,
Vlaams minister van Binnenlands Bestuur, Bestuurszaken, Inburgering en Gelijke Kansen

Bevoegdheid :		Stedenbeleid			
Beleidsdomein :		Kanselarij en Bestuur			
Departement / Agentschap / Instelling :		Agentschap Binnenlands Bestuur			
<u>titel of onderwerp van de campagne</u>	<u>jaar</u>	<u>reclamebureau</u> (indien van toepassing)		<u>totale kostprijs van de campagne (in €)</u>	<u>toelichting of opmerking</u>
		<i>naam</i>	<i>gemeente</i>	<i>incl. btw</i>	
De stad na Corona	2020	Famous Grey	Groot-Bijgaarden	168.177,90	Hoe gaat de stad om met de gevolgen van Corona, vandaag en in de toekomst.
TOTAAL				168.177,90	

Bevoegdheid :		Binnenland - Verkiezingen			
Beleidsdomein :		Kanselarij en Bestuur			
Departement / Agentschap / Instelling :		Agentschap Binnenlands Bestuur			
<u>titel of onderwerp van de campagne</u>	<u>jaar</u>	<u>reclamebureau</u> (indien van toepassing)		<u>totale kostprijs van de campagne (in €)</u>	<u>toelichting of opmerking</u>
		<i>naam</i>	<i>gemeente</i>	<i>incl. btw</i>	
Sensibiliseringscampagne vlaanderenkiest 2018	2018	Mindshare		100.000,00	Via Mindshare media agentschap: 2 online campagnes, telkens 8 dagen (n.a.v. kandidatendag 18-25/09/2018 en n.a.v. verkiezingsdag 07-14/10/2018). - op Facebook en Instagram (Vlaamse Overheid) - op binnenland pagina's van websites HLN, De Morgen, Knack, De Tijd, De Standaard, Het Nieuwsblad, GVA, HBVL. Dit betrof een campagne ter promotie van de website Vlaanderenkiest.be, het centraal informatieportaal van de Vlaamse overheid voor informatie over en de resultaten van de lokale en provinciale verkiezingen van 14 oktober 2018.
Grafische ondersteuning vlaanderenkiest 2018	2018	Lemento	Antwerpen	5.251,40	Ontwerp van vijf infografieken en twee banners voor de (sociale) mediacampagne van ABB ter promotie van vlaanderenkiest.be

Productie animatievideo's vlaanderenkiest 2018	2018	Red Pepper media (nieuwe naam: "Jack & Charlie")	Leuven	19.965,00	Productie van twee educatieve animatievideo's over stemmen voor kiezers (digitaal stemmen vs stemmen met potlood). Video's werden gedeeld op website vlaanderenkiest.be, via de vlaanderenkiest nieuwsbrief en via ABB sociale mediakanalen. Steden en gemeenten die digitaal stemmen werden ook aangemoedigd om de video's te delen.
Sensibiliseringscampagne vlaanderenkiest 2019	2019	Mindshare		68.187,06	Via Mindshare media agentschap: 2 online campagnes - n.a.v. lancering website 25-30/04/2019 en n.a.v. verkiezingsdag 20-26/05/2019). - op Facebook en Twitter (Vlaams Parlement) - op binnenland pagina's van websites HLN, De Morgen, De Standaard, Het Nieuwsblad, GVA, HBVL. Dit betrof een campagne ter promotie van de website Vlaanderenkiest.be (nu: https://2019.vlaanderenkiest.be/), het centraal informatieportaal voor informatie en de resultaten van de verkiezingen van het Vlaams Parlement op 26 mei 2019. De website is opgebouwd dankzij een samenwerking tussen het Agentschap Binnenlands Bestuur en het Vlaams Parlement.
TOTAAL				193.403,46	

Bevoegdheid : Inburgering en Gelijke Kansen					
Beleidsdomein : Kanselarij en Bestuur					
Departement / Agentschap / Instelling : Agentschap Binnenlands Bestuur					
<u>titel of onderwerp van de campagne</u>	<u>jaar</u>	<u>reclamebureau</u> (indien van toepassing)		<u>totale kostprijs van de campagne</u> (in €)	<u>toelichting of opmerking</u>
		<i>naam</i>	<i>gemeente</i>	<i>incl. btw</i>	
Vlaamse week van het Universal Design en deadline24	2016/ 2017	Absoluut	Leuven	100.793,00	ontwikkeling en mediaruimte
Non-discriminatiecampagne 'Zit u hier voor iets tussen'	2017	Billie Bonkers	Gent	227.342,53	ontwikkeling campagne + mediaruimte
Non-discriminatiecampagne 'Zit u hier voor iets tussen'	2017	Drukkerij Steylaert	Grimbergen	11.974,16	drukwerk
Campagne 'Onzichtbare littekens' (Partnergeweld op mannen)	2017	Absoluut	Leuven	54.982,40	ontwikkeling campagne
Campagne 'Onzichtbare littekens' (Partnergeweld op mannen)	2017	Mindshare	Brussel	115.930,17	mediaruimte
Promotie Expertendatabank	2017	Absoluut	Leuven	102.042,93	ontwikkeling campagne
Promotie expertendatabank	2018	Mindshare	Brussel	18.919,07	mediaruimte
Bekendmakingscampagne rond website genderklik	2018	Kant13	Gent	29.708,28	mediaruimte+ontwikkeling campagne

Week van de toegankelijkheid: Iedereen toegankelijk	2018	Mindshare	Brussel	12.489,02	mediaruimte radio2
Week van de toegankelijkheid: Toegankelijk, iedereen wint	2019	Inter	Hasselt	95.006,00	organisatie van de campagne
Week van de toegankelijkheid: Toegankelijk, iedereen wint	2019	Absoluut	Leuven	7.723,41	mediaruimte radio2
Ontwerpwedstrijd U Design for Real People	2020	Inter	Hasselt	137.828,38	organisatie van de wedstrijd. Opdracht nog niet afgelopen, vastgelegd voor 201.884 euro
TOTAAL				914.739,35	

Bevoegdheid : Bestuurszaken (HR en Organisatieontwikkeling)					
Beleidsdomein : Kanselarij en Bestuur					
Departement / Agentschap / Instelling : Agentschap Overheidspersoneel					
<u>titel of onderwerp van de campagne</u>	<u>jaar</u>	<u>reclamebureau</u> (indien van toepassing)		<u>totale kostprijs van de campagne (in €)</u>	<u>toelichting of opmerking</u>
		<i>naam</i>	<i>gemeente</i>	<i>incl. btw</i>	
Communicatiecampagne voor de sensibilisering van diversiteit naar interne personeelsleden	2016/ 2020	CIBE (nu Billie Bonkers)	Gent	65.170,00	raamovereenkomst loopt af op 17 november 2020
TOTAAL				65.170,00	