Vlaams Parlement

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 92
van **GUY D'HAESELEER**
datum: 13 november 2020

---

aan **MATTHIAS DIEPENDAELE**
VLAAMS MINISTER VAN FINANCIËN EN BEGROTING, WONEN EN ONROEREND ERFGOED

Woonkwaliteitsnormen - Campagnes

De minister lanceert een grootschalige sensibiliseringscampagne om ons allemaal de woningkwaliteitsnormen te leren kennen. Hij wil daarmee duidelijk maken dat deze normen bestaan en dat het belangrijk is dat de woningen eraan voldoen.

Bedoeling is dat de mensen aangezet worden om stil te staan bij de veiligheid en het comfort van hun woning. En dat sensibiliseringscampagnes werken, blijkt wel uit de campagne rond de rookmelders.

Uit een schatting van de minister blijkt dat zo'n 10 à 13 procent van de huizen vandaag nog ernstige gebreken vertonen. Dat is omgerekend ongeveer 400.000 woningen.

1. Welke campagnes inzake woonkwaliteitsnormen zijn er in de voorbije vijf jaar gelanceerd geweest? En via welke mediakanalen?
2. In welke budgetten werd daarvoor voorzien?
3. Welke campagnes zal de minister in zijn ambtstermijn nog lanceren? Zijn daar al concrete plannen over?
4. Hoe evalueert de minister de reeds gevoerde campagnes en welk effect hoopt de minister bij de volgende campagnes te realiseren?

MATTHIAS DIEPENDAELE
MINISTER VAN FINANCIËN EN BEGROTING, WONEN EN ONROEREND ERFGOED

ANTWOORD
op vraag nr. 92 van 13 november 2020
van **GUY D'HAESELEER**

---

1. Er zijn de voorbije jaren drie grote campagnes geweest over woningkwaliteit:
   - campagne over de rookmeldersverplichtingen, met twee golven voor alle burgers (februari – maart 2019 en juli 2019) en een derde golf specifiek gericht op de kotstudenten (oktober – november 2019);
   - campagne ter preventie van CO-vergiftiging (november 2019 - januari 2020);
   - campagne over de woningkwaliteitsnormen, met twee golven: de eerste golf is gestart begin november en loopt tot midden december 2020 en de tweede golf start begin februari 2021 en loopt tot midden maart.

2. Voor de drie campagnes werd beroep gedaan op een reclame/communicatiebureau:
   - campagne rookmelders en preventie CO-vergiftiging maakten deel uit van dezelfde vastlegging ten bedrage van 178.124,11€
   - de vastlegging voor de campagne over de woningkwaliteitsnormen bedraagt 140.723€

   Voor de media-aankoop werd gebruik gemaakt van een raamcontract dat de Vlaamse overheid afsloot.
   - campagne rookmelders: 441.693,65,99€
   - campagne preventie CO-vergiftiging: 362.311,34€
   - campagne woningkwaliteitsnormen: 828.850€

   Alle bedragen zijn inclusief BTW.

3. Dat zal ik begin 2021 met mijn administratie bekijken. Zoals blijkt uit mijn antwoord op deelvraag 1 komt er alvast een herhaling van de campagne over de woningkwaliteitsnormen in het voorjaar van 2021.

4. De campagnes hebben telkens een zeer groot bereik, zo leren ons de cijfers van het bureau dat instaat voor de media-aankoop. Daarnaast krijgen we veel reacties van op het terrein, dus we zien dat dergelijke campagnes zeer efficiënt zijn om te "triggeren" en dat is precies wat we met deze campagne over de woningkwaliteitsnormen willen bereiken. Zo zien we dat in 2019 929.775 unieke gebruikers de website www.wonenvlaanderen.be consulteerden, wat een zeer grote stijging (50%) was t.o.v. 2018. De rookmelderscampagne, waarbij we de burger doorverwezen naar de website van het agentschap voor meer info, heeft hierin ongetwijfeld een grote rol gespeeld.