

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 42

van **FREYA PERDAENS**

datum: 15 oktober 2021

aan **JAN JAMBON**

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

Cultuurbeleving bij jongeren - Promotiecampagne UitX

Ik verwijs naar mijn schriftelijke vraag nr. 415 van 19 juli 2021 aan minister Jambon betreffende de cultuurbeleving bij jongeren. Ik citeer even uit het antwoord: "In september gaat het relatief 'normale' jongerenleven opnieuw van start. Die gelegenheid grijpt publiek aan om UitX een extra boost te geven. Hiervoor zal een campagne lopen van eind september tot half oktober via sociale media en de aanwezigheid op een aantal jongerenevenementen zoals de Student Take-Off."

1. Kan de minister meer details (budget, kanalen, opzet, ...) geven betreffende de campagne waarvan sprake en die tot doel had om UitX een extra boost te geven? Kunnen daar al conclusies uit getrokken worden?
2. Wanneer we publiek en de lokale vrijetijdsmonitor naast elkaar willen leggen, dan merken we dat de data onderling niet te vergelijken zijn door de verschillende gehanteerde leeftijdscategorieën.

Kunnen er initiatieven genomen worden om deze data in de toekomst wel onderling compatibel te maken?

Deze vraag werd gesteld aan de ministers Jan Jambon (42), Benjamin Dalle (22).

JAN JAMBON

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

GECOÖRDINEERD ANTWOORD

op vraag nr. 42 van 15 oktober 2021

van **FREYA PERDAENS**

1. Voor deze campagne werkten vier medewerkers van publiek vzw samen met het communicatiebureau Hurae, gespecialiseerd in digitale marketing. De doelstelling van de campagne was om merkbekendheid te creëren rond UiTX als sterk sublabel van UiTinVlaanderen voor jongeren van 16-26 jaar (naast UiT met Vlieg voor jonge gezinnen) en te zorgen voor een duidelijke associatie met cultuur. Daarvoor werd een budget van 45.000 euro besteed aan creatie, productie en media-aankoop, exclusief de werktijd door publiek-medewerkers en mediaruimte via ruildeals.

De campagne zette in op verschillende pijlers:

- influencers/ambassadeurs die boodschappen verspreiden naar een specifiek segment jongeren;
- het lanceren van een TikTok-kanaal met kwalitatieve content;
- nieuwe content om het Instagram-kanaal van UiTX meer impactvol te maken;
- media: samenwerking met MNM en NRJ;
- betaalde advertising op social media om de beoogde doelgroep optimaal te bereiken;
- aanwezigheid met een activerende stand op student kick-offs in verschillende studentensteden.

De cijfers om de precieze impact van de campagne te meten, worden nog volop verzameld en verwerkt.

2. De volksvertegenwoordiger merkt een discrepantie op tussen UiTdata in de lokale vrijetijdsmonitor (verder in deze tekst de lvtm genoemd) en UiTdata in de UiTdatabank. Zo blijkt een vergelijking niet mogelijk door de verschillende gehanteerde leeftijdscategorieën.

In 2018 verkreeg de lvtm van publiek vzw gegevens betreffende het werkjaar 2017 over de volgende leeftijdscategorieën:

- vanaf peuterleeftijd (0+);
- vanaf kleuterleeftijd (3+);
- kinderen vanaf 6 jaar (6+);
- kinderen vanaf 9 jaar (9+);
- jongeren vanaf 12 jaar (12+);
- jongeren vanaf 15 jaar (15+);
- volwassenen (18+).

In de vrijetijdssector heersen nog geen standaarden voor de leeftijdscategorieën van participanten. Publiek vzw levert data aan op maat: voor zover mogelijk volgens de gewenste categorisatie of afhankelijk van de rapporteringsnood.

Tot nader order heeft zowel de administratie als publiek vzw niet kunnen achterhalen waarom men destijds uitsluitend op deze jongere doelgroepen focuste. Doch, mogelijks is het detailniveau van de categorieën tussen 0 en 12 jaar er op vraag van de jeugd(werk)sector, daar de administratie in kader van de lvtm hierover de rapporteringsnood signaleerde.

Tussen 2018 en heden hanteert publiek vzw de volgende geaggregeerde leeftijdscategorieën:

- 0-12 jaar;
- 13-17 jaar;
- 18-24 jaar;
- 25-34 jaar;
- 35-44 jaar;
- 45-54 jaar;
- 55-64 jaar;
- 65+

Daar de lvtm driejaarlijks ontsluit, is het niet wenselijk om data te vergelijken uit de laatste rapportering van de lvtm (2018) met data uit de laatste rapportering van publiek vzw (2021). Uiteraard zal dit wel weer lukken voor de werkjaren 2021 in de rapportering van 2022. Zowel de data over 2017 als de data over 2021 horen bij deze compatibel te zijn.