SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 227
van **SARAH SMEYERS**
datum: 11 februari 2022

---

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

Woningkwaliteit - Sensibilisering

In de beleids- en begrotingstoelichting (BBT) Wonen 2022 staat op blz. 9 van de operationele doelstelling '1.1. Sensibiliseren en proactief werken rond woningkwaliteit' te lezen: "In de eerste laag van de woningkwaliteitspiramide wordt ingezet op heldere communicatie en sensibilisering, zowel t.a.v. burgers als t.a.v. woonactoren en betrokken bestuursniveaus. Na de grootschalige sensibiliseringscampagne over de minimale woningkwaliteitsnormen, die liep in 2020 en 2021, zet ik in 2022 verder in op deze boodschap met een aantal kleinere doel- en doelgroepgerichte initiatieven. Doelstelling blijft dat alle verhuurders, huurders en eigenaar-bewoners weten dat er minimale normen bestaan voor veilig, gezond en kwaliteitsvol wonen en dat men, bijvoorbeeld met behulp van de Woningkwaliteitswijzer die deel uitmaakt van de Woningpas, zeer laagdrempelig kan nagaan of een (huur)woning voldoet."

1. Om welke kleinere doel- en doelgroepgerichte initiatieven gaat het?
2. Welke doelgroepen heeft de minister voor ogen?
3. Welke planning wordt gehanteerd?
4. Werden de sensibiliseringscampagnes uit 2020 en 2021 geëvalueerd? Zo ja, wat waren de resultaten van de evaluatie? Anders gesteld: bereikten de filmpjes zoals 'Wonen doe je niet op goed geluk' het beoogde resultaat?

Vlaams Parlement

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

ANTWOORD
op vraag nr. 227 van 11 februari 2022
van **SARAH SMEYERS**

---

1. Er zijn contacten met het Netwerk Brandweer over een communicatiepakket voor dit jaar. De precieze scope wordt nog bepaald. We willen in ieder geval alle bewoners van woningen aanspreken en daarvoor nemen we indien nodig doelgroepgerichte initiatieven. We overwegen in dat kader ook een beperkte herneming van de succesvolle rookmelderscampagne. Daarnaast werd dit jaar een campagne gelanceerd over de woningpas, waar de woningkwaliteitswijzer deel van uitmaakt. Tenslotte is er ook de bekendmakingscampagne over de MijnVerbouwPremie. Met deze geïntegreerde premie stimuleren we investeringen in woningkwaliteit en energie-efficiëntie.

2. Zoals gezegd in het antwoord op deelvraag 1 willen we met onze communicatie-initiatieven een zo breed mogelijk publiek bereiken, want de woningkwaliteitsnormen zijn belangrijk voor alle bewoners in Vlaanderen. Dat neemt niet weg dat we soms zeer doelgroepgericht tewerk gaan, bijvoorbeeld met gerichte acties t.a.v. een bepaalde doelgroep op sociale media, het gericht verspreiden van onze folders en brochures en het doorverwijzen naar de informatie op de website. We werken ook vaak samen met koepelorganisaties zoals CIB, VVSG, Huurpunt, Verenigde Eigenaars en het Vlaamse Huurdersplatform om hun doelgroepen maximaal te bereiken.

3. De campagne over de MijnVerbouwPremie is voorzien in twee fases. Een eerste fase start voor de sluiting van de huidige premieloketten op 1 juli, de tweede fase start in september met het oog op de opening van het nieuwe digitale loket. Voor de overige initiatieven wordt de planning momenteel nog uitgewerkt.

4. Zoals gezegd in mijn antwoord op schriftelijke vraag nr. 497 van 3 mei 2021 waren de resultaten van de campagne 'Wonen doe je niet op goed geluk' uitstekend. De campagne heeft het over de hele lijn beter gedaan en meer bereik gehaald bij de beoogde doelgroep (alle 25+ers in Vlaanderen) dan voorzien of verwacht werd. Detailinformatie over de resultaten is opgenomen in het antwoord op schriftelijke vraag nr. 497.