

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 415

van **FREYA PERDAENS**

datum: 7 september 2022

aan **JAN JAMBON**

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

Cultuurbeleving bij jongeren - publiq vzw

Ik verwijs naar mijn schriftelijke vraag nr. 166 van 21 januari 2022, die handelde over cultuurbeleving bij jongeren. In het antwoord op de vraag hoe met de conclusies van de promotiecampagne van UitX aan de slag zou worden gegaan, kon ik het volgende lezen: "publiq vzw zal de komende maanden intensief verder naar jongeren over cultuur communiceren. De organisatie heeft geen grootschalige campagne gepland, wel heel wat concrete communicatieacties via de eigen communicatiekanalen en op socialmediaplatformen, in de eerste maanden van 2022. Deze communicatie is tegelijkertijd een onderzoek. Op basis van een strakke methodologie met hypothesen en tests wil publiq vzw de conclusies vermeld onder antwoord 1 verder verfijnen. Met de conclusies uit deze verdere tests wil publiq vzw haar werking rond UitX verder verbeteren om een maximale impact en efficiëntie te bekomen."

1. Welke (communicatie-)acties heeft publiq vzw de afgelopen maanden genomen naar welke doelgroepen? Indien van toepassing, gelieve op te splitsen per provincie.
2. Welk budget heeft publiq vzw daarvoor besteed?
3. Welke conclusies werden eruit getrokken?
4. Welke maatregelen zal publiq vzw op basis van deze conclusies nemen om haar werking rond UitX te verbeteren?



**Vlaams
Parlement**

JAN JAMBON

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

ANTWOORD

op vraag nr. 415 van 7 september 2022

van **FREYA PERDAENS**

1. UiTX communiceert op UiTinVlaanderen naar jongeren en via een apart Instagram-kanaal. De resultaten overstijgen de verwachtingen: met ruim 200.000 sessies op artikels en kalenderitems van UiTX heeft publiq vzw haar doel (100.000 sessies) nog voor het einde van het jaar reeds tweemaal behaald.

Ook op Instagram (het eigen kanaal van UiTX) scoorde de organisatie goed met een reach (unieke views) van 3,1 miljoen en een stijgend aantal interacties (likes, comments, shares). Publiq vzw experimenteerde ook met TikTok en haalde daar met slechts enkele posts 60.000 impressies met relatief veel interactie.

Daarnaast is er een proeftraject, de UiTselectors. Dit zijn jonge influencers die UiTtips geven op hun eigen Instagram-kanaal. De tweede fase van dit traject is lopend en de derde proeffase wordt in november 2022 opgestart. De eerste resultaten zijn, zeker wat het bereik betreft, positief. Er werden in totaal 10 influencers geëngageerd met een potentieel bereik van ongeveer 100.000 jongeren (overlap is mogelijk, als jongeren meerdere influencers volgen). Dit leidde tot een kleine 10.000 likes tot vandaag. De interactie-ratio zit ook goed.

2. Voor het proeftraject zal public vzw ongeveer 40.000 euro (inclusief personeelskosten) uitgeven in 2022. Voor de reguliere werking besteedt de organisatie circa 360.000 euro (inclusief personeelskosten). Dit bedrag bevat eveneens 8.000 euro social advertising en ontwikkelingskosten voor het UiTX-gedeelte op UiTinVlaanderen.
3. De werking van UiTX loopt zoals verwacht en is succesvol binnen de budgettaire mogelijkheden. Het werken met influencers loont, maar moet verder uitgewerkt worden tot een duurzaam model. De kosten zijn relatief hoog en de personeelsinzet van het team van publiq vzw voor de organisatie en de opvolging is intensief. Het meten van de resultaten is niet altijd even eenvoudig en vergt ook veel tijd. Er is nog verder onderzoek nodig naar andere mogelijkheden en samenwerkingen.
4. Na afronding van het volledige testtraject zal publiq vzw deze werking evalueren en, waar relevant, integreren in de dagelijkse werking van UiTX. Er is ook een proeftraject opgestart met enkele lokale besturen rond het bereiken van jongeren met UiTPAS.

In oktober 2022 volgt ook nog een merkbekendheidsonderzoek.

Publiq vzw ondervindt dat er veel vraag is naar kennisdeling. Tijdens de eerste jaarhelft van 2023 plant de vzw daarom de organisatie van een kennisevenement rond jongeren en cultuurparticipatie.