



Vlaams
Parlement

vergadering **C53 – BRU2**
zittingsjaar 2011-2012

Handelingen

Commissievergadering

Commissie voor Brussel en de Vlaamse Rand

van 9 november 2011

INHOUD

Vraag om uitleg van mevrouw Khadija Zamouri tot de heer Pascal Smet, Vlaams minister van Onderwijs, Jeugd, Gelijke Kansen en Brussel, over de promotiecampagne van Br(ik)
- 383 (2011-2012)

3

■

Waarnemend voorzitter: de heer Paul Delva**Vraag om uitleg van mevrouw Khadija Zamouri tot de heer Pascal Smet, Vlaams minister van Onderwijs, Jeugd, Gelijke Kansen en Brussel, over de promotiecampagne van Br(ik****- 383 (2011-2012)****De voorzitter:** Mevrouw Zamouri heeft het woord.**Mevrouw Khadija Zamouri:** Voorzitter, minister, collega's, ik heb deze vraag gesteld in mijn hoedanigheid als lid van de Expertencommissie voor Overheidscommunicatie.

Br(ik (Brussel&ik) is een servicedesk voor studenten van het Nederlandstalig onderwijs in Brussel, het vroegere Quartier Latin. Een van de opdrachten van Br(ik is de promotie van de hoofdstad als studentenstad. Om de opdrachten van Br(ik te realiseren, trekt u jaarlijks een bedrag van 2,268 miljoen euro uit. Een grootscheepse campagne omtrent Br(ik was gedurende de voorbije maanden te zien in treinstations, op bussen, op het internet en in jongerenmedia. Br(ik wil met de campagne jongeren overtuigen te studeren in Brussel. De campagne maakt gebruik van Twitter, laat studenten aan het woord, foto's van studenten worden gebruikt in de mediacampagne.

Minister, met de voorbije gedachtewisseling in de Expertencommissie voor Overheidscommunicatie in het achterhoofd wou ik u volgende vragen stellen. Hoewel een effectmeting van de campagne wellicht nog te vroeg is, wilde ik van u graag het volgende weten. Hoe evalueert u deze campagne of kunt u reeds een tussentijdse evaluatie geven? Hoe evalueren de hogeronderwijsinstellingen de campagne? Is Br(ik bekend bij de studentenpopulatie? Hoe evalueren de studenten de verschillende communicatieproducten van Br(ik, waaronder de website, op vlak van gebruiksvriendelijkheid, lay-out, beschikbare informatie? Ik heb zelf Facebook gevolgd en op de website gesurft. Wat is het totale bedrag dat er aan deze campagne werd besteed? Kunt u zeggen, eventueel op basis van de evaluatie, of de campagne wordt herhaald? Hoe wordt er gezorgd voor een continuïteit van de boodschap?

De heer Paul Delva: Voorzitter, minister, collega's, ik wil collega Zamouri graag feliciteren met haar eerste vraag om uitleg. Haar voorganger Sven Gatz heeft mij vier jaar geleden gefeliciteerd toen ik begon in het parlement. Ik vond dat zeer sympathiek. Mevrouw Zamouri, ik wil u dus succes wensen bij uw verdere werkzaamheden.

In aansluiting op de derde vraag van mevrouw Zamouri vroeg ik me af of er afspraken zullen komen tussen de eigen campagnes van de hogeronderwijsinstellingen in Brussel en de algemene Br(ik-campagne. Ik denk dat het goed is dat de algemene Br(ik-campagne bestaat, maar tegelijk ontstaat er logischerwijze een spanningsveld met de individuele instellingen. Dat kan moeilijk anders. Ik vroeg me af hoe er wordt samengewerkt.

De voorzitter: Minister Smet heeft het woord.**Minister Pascal Smet:** Voorzitter, collega's, ik wil eerst duidelijk stellen dat de Br(ik-campagne geen campagne is van mij noch van de Vlaamse overheid, maar een campagne van Br(ik zelf. Br(ik heeft de volledige verantwoordelijkheid over de campagne. Het is Br(ik die de communicatieopdracht heeft uitgeschreven en die het eigenaarschap bezit van de campagne. De rol van de Vlaamse overheid is enkel subsidiërend. Wij geven werkingsmiddelen aan Br(ik, dat zelf beslist heeft om een deel van die middelen daaraan te besteden.

In tegenstelling tot de campagnes die uitgaan van de Vlaamse overheid zelf – zoals dat bijvoorbeeld het geval was bij de campagne rond Zorgzoeker – moest de campagne van Br(ik dus ook niet aangemeld worden bij de Expertencommissie voor Overheidscommunicatie. De Vlaamse overheid geeft een subsidie aan Br(ik en aan zijn voorloper, de vzw het Vlaams Overlegplatform Hoger Onderwijs Brussel (VLOPHOB), om bepaalde doelstellingen te

bereiken. Het is de eigen keuze van de organisatie om een aanzienlijk deel – te aanzienlijk deel, denk ik – van dat subsidiebedrag te investeren in deze grootscheepse mediacampagne.

– *De heer Mark Demesmaeker, voorzitter, treedt als voorzitter op.*

De campagne liep van begin juni tot de tweede week van juli 2011 en was overigens de eerste volwaardige mediacampagne ooit die erop gericht was om Brussel als studeer- en studentenstad te promoten. Het is nog te vroeg om te zeggen in hoeverre die campagne de vooropgestelde doelstellingen heeft bereikt, en of de campagneresultaten de grote financiële investering rechtvaardigen. Dat zal ik beoordelen bij de afrekening van het werkingsjaar van VLOPHOB, waarover ik een rapport verwacht in het voorjaar van 2012. Een voorlopige eerste evaluatie, met het communicatiebureau, met het management van Br(ik, en met de hogeronderwijsinstellingen, was wel positief. De campagne werd sterk opgemerkt, zowel naar aanwezigheid als naar inhoud.

Ik heb begrepen dat ze voor het opzetten van de communicatiestrategie en voor de mediacampagne om de nieuwe organisatie in de markt te plaatsen, maar liefst 580.378 euro hebben uitgegeven. Ik vind dat bedrag ook aan de hoge kant. Ik moet oppassen om er commentaar op te geven, maar dit wil ik wel zeggen: ik zal hun evaluatie met bijzondere aandacht lezen om na te gaan in welke mate dat voor herhaling vatbaar is. Ik weet dat de instellingen vragende partij zijn om de Br(ik-campagnes te herhalen en om ze verder te laten aansluiten op hun eigen campagneperiodes en communicatiemomenten. Ik zal alles kritisch onderzoeken op basis van het werkingsdossier 2012 en van de evaluatie van het afgelopen jaar.

De voorzitter: Mevrouw Zamouri heeft het woord.

Mevrouw Khadija Zamouri: Voorzitter, minister, ik dank u voor uw antwoord.

Ik heb in uw beleidsnota ook al een stukje van uw antwoord kunnen lezen. Ik was iets te vroeg met mijn vraag. Ik ga ervan uit dat het om een Europese aanbesteding ging. Zult u nog nagaan of dat zo is of niet?

Minister Pascal Smet: Het is geen campagne van de Vlaamse overheid. We hebben in dezen geen enkele verantwoordelijkheid. Het is een aparte vzw met een raad van bestuur. Wij geven subsidies op basis van overeenkomsten. De Vlaamse overheid heeft in dezen geen verantwoordelijkheid. Vandaar dat ik me permitteer om een beetje commentaar te geven.

Mevrouw Khadija Zamouri: Dan ben ik in blijde verwachting van de antwoorden op mijn vraagjes na de evaluatie in het voorjaar van 2012.

De voorzitter: Het incident is gesloten.

■