kris peeters

minister-president van de vlaamse regering, vlaams minister van economie, buitenlands beleid, landbouw en plattelandsbeleid

aanvullend antwoord

op vraag nr. 78 van 16

van jurgen verstrepen

Zoals aangekondigd in het initieel antwoord volgt hierbij aanvullende informatie.

Op 21 december 2012 gunde de Vlaamse Regering de bestellingsopdracht “Planning en aankoop van mediaruimte voor diensten van en verbonden aan de Vlaamse overheid” aan het mediabureau Mindshare. Ondertussen is ook de standstill-periode voorbij en werd deze overheidsopdracht gesloten.

De Vlaamse overheid kan het mediabureau vanaf nu inschakelen voor opdrachten als het uittekenen van een mediastrategie, het opmaken van een mediaplan, de aankoop van mediaruimte, rapportering en evaluatie over de geplaatste bestellingen, of opleidingen over het inzetten van media voor communicatie-doeleinden. De afdeling Communicatie van het departement Diensten voor het Algemeen Regerings-beleid zal optreden als opdrachtencentrale. Alle bestellingen moeten daartoe op voorhand worden voorgelegd aan de afdeling Communicatie.

In de offerte toonde Mindshare aan zeer goed in staat te zijn om op basis van een goede briefing creatieve, strategische mediaplannen uit te werken. De voorwaarden waartegen bestellingen kunnen worden geplaatst bleken duidelijk voordeliger dan bij de andere inschrijvers, en de uurtarieven van Mindshare zijn in vergelijking met de andere offertes de laagste. Het gewogen gemiddelde was voor de offerte van Mindshare het laagste, waardoor Mindshare niet alleen kwalitatief maar ook op het vlak van prijs als beste werd beoordeeld.

Over de heel de lijn scoorde Mindshare dus veruit het best, zowel wat betreft de kwaliteit van het team en de dienstverlening, de kwaliteit van visie, de strategie en de aanpak, als de prijs.

Zoals reeds eerder gesteld, hebben mijn diensten er bij de gunning van deze overheidsopdracht nauwlettend op toegezien dat de Vlaamse overheid op een goedkopere manier mediaruimte zou kunnen aankopen via het geselecteerde mediabureau dan voordien. Het financiële voordeel situeert zich op twee vlakken : enerzijds is er een schaalvoordeel door het gecentraliseerd (en dus groter) volume, en anderzijds vloeien de commissies nu terug naar de Vlaamse overheid.

Schaalvoordeel

Er is voor de samenwerking met een mediabureau gekozen omdat een mediabureau voor veel klanten mediaruimte aankoopt. Daardoor is zijn jaarlijkse totaalvolume veel groter, en bijgevolg kan het mediabureau mediaruimte aankopen aan veel voordeliger tarieven dan één klant afzonderlijk.

Het is daarom ook belangrijk dat zoveel mogelijk diensten van de Vlaamse overheid gebruik zullen maken van de bestellingsopdracht. Hoe meer gecentraliseerd de Vlaamse overheid mediaruimte aankoopt - en dus als een grote klant beschouwd wordt - hoe groter het schaalvoordeel.

Hoe groter het totaalvolume, des te groter zijn de kortingen die door de mediasector worden toegekend.

Commissies

In de mediawereld krijgt wie mediaruimte aankoopt een agentschapscommissie van 15 % en een jaarlijks te berekenen volumekorting (of surcommissie) die schommelt tussen de 2 % en 5 % op basis van het jaarlijks aangekochte totaal volume mediaruimte. Die commissies worden door de media echter alleen toegekend aan communicatiebureaus en aan mediabureaus, niet aan klanten die zonder een bureau aankopen.

In de vroegere werkwijze van de Vlaamse overheid werd die 15% agentschapscommissie (en de eventuele volumekorting) verdeeld tussen de federaties en de externe coördinator (BeMedia). De Vlaamse overheid zag dus niets van die commissies naar haar terugvloeien.

Voortaan zullen die (sur)commissies wel ten voordele zijn van (en doorgerekend worden naar) de Vlaamse overheid. Dat is de gangbare manier van werken via een mediabureau.

Naast dit financiële voordeel, biedt het mediabureau ook een actuele en gedegen kennis van media-planning en -aankoop. Mediabureaus volgen immers van dichtbij de evoluties in de mediasector en kunnen hun klanten strategisch adviseren.

Het spreekt echter voor zich dat een mediabureau ook vergoed moet worden, maar die kost (de fee) weegt niet op tegen de betere financiële voorwaarden om mediaruimte aan te kopen. Wanneer over alle mediatypes heen de vergelijking gemaakt wordt tussen de vroegere situatie en de toekomstige werkwijze via het mediabureau Mindshare, zou de Vlaamse overheid gemiddeld genomen tot 26% goedkoper mediaruimte kunnen aankopen. Dat is een duidelijk financieel voordeel voor de Vlaamse overheid. Het uitgangspunt daarbij is dat het over gelijkblijvende bestedingen gaat als in de referentieperiode 2008-2010.

De vooropgestelde doelstellingen voor deze overheidsopdracht waren : een grotere efficiëntiewinst, een goede dienstverlening, kwalitatieve strategische mediaplannen, en goedkopere financiële voorwaarden om mediaruimte aan te kopen. De gunning van deze overheidsopdracht aan het mediabureau Mindshare voldoet aan al die voorwaarden. De nieuwe werkwijze zal regelmatig tussentijds geëvalueerd worden, en waar nodig bijgestuurd.