ingrid lieten

viceminister-president van de vlaamse regering, vlaams minister van innovatie, overheidsinvesteringen, media en armoedebestrijding

antwoord

op vraag nr. 145 van 9

van **veli yüksel**

Ik heb uw vragen aan de VRT voorgelegd en kan u bijgevolg het volgende melden.

1. De VRT maakt elk jaar een klachtenrapport. Dat document bezorgt zij aan de Vlaamse ombudsman. Hij is verantwoordelijk voor de verdere verwerking en verspreiding van dit klachtenrapport.

Het klachtenrapport voor 2012 is nog niet opgemaakt. De informatie waarnaar wordt gevraagd voor 2012 (in deze en onderstaande vragen) kan de VRT daarom op dit moment nog niet meedelen.

De VRT kan (voor de jaren 2008, 2009, 2010 en 2011) meedelen (\*):

* hoeveel contacten haar klantendienst had met mediagebruikers;
* hoeveel officiële klachten de mediagebruikers bij de VRT hebben ingediend.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Jaar** | **Aantal contacten** | **Aantal klachten** |
| 2008 | 30.283 | 3.545 |
| 2009 | 30.738 | 3.321 |
| 2010 | 20.334 | 3.072 |
| 2011 | 17.497 | 3.424 |

(\*) Voor 2007 zijn er geen correcte gegevens voorhanden, omdat de VRT-klantenmodule nog niet door alle websites werd gebruikt.

In 2010 is het aantal klantencontacten sterk afgenomen dankzij de uitbreiding van beschikbare informatie (vragen & antwoorden) in de klantenmodule op de VRT-websites.

2-4. Zie het antwoord op vraag 1.

De VRT kan op deze vragen nog niet concreet antwoorden omdat zij haar klachtenrapportering voor 2012 nog niet heeft afgerond.

5+9. Beantwoording klantcontacten

De VRT centraliseert al haar klantencontacten (die binnenkomen via de online-klantenmodule, via telefoon, via brief, per e-mail) in een elektronisch registratiesysteem van de VRT-klantendienst.

Ongeveer 150 mensen in 40 afdelingen hebben toegang tot het systeem.

Op die manier weten de verschillende diensten welke feedback er van de mediagebruiker naar de VRT komt.

Beantwoording klachten van mediagebruikers

De VRT centraliseert alle klachten van mediagebruikers (die binnenkomen via de online-klantenmodule, via telefoon, via brief, per email) in een elektronisch registratiesysteem van de VRT-klantendienst.

Alle klachten worden onderzocht door de VRT-klachtencoördinator. De coördinator overlegt indien nodig met andere VRT-medewerkers (o.a. verantwoordelijken van de betrokken diensten). De klachtencoördinator bezorgt de mediagebruiker ook een antwoord, indien nodig na feedback van andere VRT-medewerkers.

De klachtencoördinator informeert ook elke werkdag de verantwoordelijken binnen elke afdeling en de eventueel betrokken programmamakers over de klachten. De antwoorden van de VRT worden ook bezorgd aan de betrokken diensten.

Ook de manager beroepsethiek wordt periodiek geïnformeerd over de klachten van de mediagebruikers.

Gevolgen

De VRT voert een klantvriendelijk beleid en wil met de feedback van de mediagebruikers, waar het kan, kwaliteitsverbetering doorvoeren. Indien feedback en klachten relevant zijn voor het lopende en toekomstige aanbod of voor de dienstverlening, dan wordt daar in sommige gevallen rekening mee gehouden door de programmamakers, nethoofden en andere VRT-medewerkers.

Ter ondersteuning van haar contact met de mediagebruikers communiceert de VRT niet alleen pro-actief via de pers en haar eigen netten, maar ook via een klantenmodule op haar websites en apps. Momenteel bevat die module ruim 2.000 vragen en antwoorden die direct een antwoord bieden op vragen van mediagebruikers. Dit zorgt er dan ook voor dat de mediagebruikers minder vragen stellen aan de VRT. Een voorbeeld: wanneer er zenderonderbrekingen gepland zijn wegens werkzaamheden, dan wordt dit duidelijk in de klantenmodule opgenomen. Daardoor neemt het aantal klachten af als gevolg van dergelijke onderbrekingen.

Wanneer er gegronde klachten zijn over problemen bij externe partners (zoals distributeurs en sponsors) waar de VRT mee samenwerkt, tracht de VRT-klantendienst extra dienstverlening te bekomen bij deze partners.

Beroepsethische klachten worden aan de manager beroepsethiek bezorgd. Sommige van deze klachten maakt hij over aan de programmacharterraad die ten gronde over de problematiek kan discussiëren en advies uitbrengen, dit met het oog op het voorkomen van gelijkaardige klachten in de toekomst.

1. De VRT-klantendienst telt 3,6 VTE’s, waaronder de klachtencoördinator.
2. Binnen de dienst VRT-Communicatie gebeurt een algemene monitoring van berichten op de sociale media algemeen (0,25 VTE).

Binnen de VRT is er geen systematische registratie van feedback via sociale media. Dat komt omdat:

* de interactie *met* en *tussen* de mediagebruikers over het VRT-aanbod op de sociale media te omvangrijk is, om alle reacties op te volgen;
* er momenteel er ook geen afdoend monitoringssysteem voorhanden is. Zelfs het zeer performante monitoringssysteem Engagor is niet geschikt om alle vragen, suggesties, reacties van mediagebruikers te capteren. Zo leveren letterwoorden zoals VRT met dit systeem geen eenduidige resultaten op.

Wel worden de twitterberichten met de juiste #, berichten die gericht zijn naar een officiële VRT-twitteraccount en berichten die geplaatst worden op de officiële Facebookpagina’s, bekeken en (indien relevant) behandeld door de “webteams” van de netten.

1. Het merendeel van conversaties en commentaren op de sociale media bestaat uit:

* inhoud die door de VRT gecreëerd of uitgezonden werd en door de mediagebruiker wordt gedeeld;
* meningen van mediagebruikers over dit aanbod.

Afhankelijk van de vraag/het bericht wordt er gereageerd op mensen die feedback geven via de sociale media.

* Concrete vragen worden door medewerkers van het webteam indien mogelijk rechtstreeks via de sociale media beantwoord.
* Zeer specifieke vragen worden overgemaakt aan het netmanagement of de programmamakers.
* Bij klachten worden de mediagebruikers er op attent gemaakt dat zij hun klacht best indienen via de officiële klachtenprocedure (die in overeenstemming is met het klachtendecreet).
* Via de sociale media worden ook rechtstreeks vragen gesteld aan de presentatoren en bekende Vlamingen in dienst van de VRT en VRT-managers. Op die manier houden zij ook systematisch contact met het publiek.