



REACTIE OP DE
RESULTATEN VAN DE
TEVREDENHEIDSENQUÊTE DCJM

**Enquête uitgevoerd door IPSOS /
28.06.2019**



INHOUD

1 Algemene bevindingen 3
2 Tevredenheid dienstverlening 3
3 Kennis, gebruik en tevredenheid over de communicatiekanalen 4
4 Tevredenheid over het contact met DCJM en de contactpersoon 5
5 FAQ tevredenheidsenquête DCJM 2019 6

5.1 Waarom voerde het departement dit onderzoek uit? 6
5.2 Wanneer liep deze enquête? 6
5.3 Waarom net nu deze enquête? 6
5.4 Ik werd niet bevraagd, hoe komt dat? 6
5.5 Welke vragen werden gesteld? 6



meer “ervaren” kon worden bij de betreffende actoren. Aangezien er steeds wel een ronde of processtap van een subsidieproces doorlopen wordt, is enige (negatieve) impact moeilijk te vermijden. Dit neemt niet weg dat de uitvoerige evaluaties van beide rondes (aanvraagronde erfgoed en visitatieronde sociaal-cultureel werk) concrete acties als gevolg zullen hebben. Beide oefeningen liepen op het moment van de tevredenheidsbevraging nog. **De concrete verbeteracties zullen dan ook binnen de trajecten met die sectoren opgenomen worden.**

3 KENNIS, GEBRUIK EN TEVREDENHEID OVER DE COMMUNICATIEKANALEN

Uit de management summary:

Bijna 2/3e van de respondenten (65%) kent de website en heeft deze reeds gebruikt. Binnen de domeinen Erfgoed, Kunsten en Sociaal-Cultureel Werk ligt dit percentage significant hoger (85%, 76% en 84% respectievelijk). De tevredenheid over de inhoud van de website in het algemeen is relatief hoog (70% is zeer tevreden of tevreden). Daar waar de tevredenheid over de begrijpbaarheid (83%) en bruikbaarheid van de informatie (77%) eveneens goed scoort, lijkt de gebruiksvriendelijkheid en overzichtelijkheid van de website een struikelblok te zijn voor een deel van de respondenten (respectievelijk 16% en 20% geeft aan niet of helemaal niet tevreden zijn over deze aspecten van de website). Deze bevinding is meer uitgesproken binnen de domeinen Erfgoed en Sociaal-Cultureel Werk.

Wat betreft de nieuwsbrieven die DCJM aanbiedt zijn er twee opmerkelijke trends. Terwijl de kennis en het gebruik van de sectorspecifieke nieuwsbrieven hoog is, ligt dit beduidend lager voor de sector-overkoepelende nieuwsbrieven. 74% kent en leest de nieuwsbrief Erfgoed en 67% de nieuwsbrief Sociaal-Cultureel Werk, terwijl dit slechts 8% is voor de nieuwsbrief Creatief Europa Desk Vlaanderen en amper 2% voor de nieuwsbrief Europa voor de Burger Vlaanderen. Respondenten die aangaven één van de nieuwsbrieven te lezen zijn weliswaar zeer tevreden over de inhoud van de nieuwsbrief (80% is zeer tevreden of tevreden).

Reactie van DCJM:

Het Departement Cultuur, Jeugd en Media is blij met de vaststelling dat men in het algemeen tevreden is over de website van het departement. **De geformuleerde struikelblokken van de gebruiksvriendelijkheid en overzichtelijkheid worden op dit moment al ondervangen in het concept van de nieuwe website.** Deze wordt namelijk opgebouwd vanuit een heldere structuur en verbeterde navigatiemogelijkheden.

Over de hoge tevredenheid van de sectorspecifieke nieuwsbrieven is het departement verheugd. Voor de nieuwsbrief Europa voor de Burger kan een minder goed resultaat verklaard worden doordat de eigenlijke doelgroep van deze nieuwsbrief niet sterk aanwezig was in de targetdoelgroep van deze tevredenheidsenquête (voor de verklaring – zie hieronder bij de FAQ). **Toch heeft het departement recent de keuze gemaakt om de doelgroep beter te bereiken via de communicatiekanalen van andere actoren, ook wel tussenschakels genoemd.** Denk hierbij bv. aan de VVSG of lokale actoren. Voor de nieuwsbrief Creatief Europa ziet het departement de cijfers verklaard doordat de mediadoelgroep ondervertegenwoordigd

was in de targetgroep van de respondenten. **Het departement volgt jaarlijks verder het aantal abonnees, de gemiddelde open rate en de click rate op. Op basis hiervan kunnen verdere bijstellingen volgen. Aangezien de tevredenheid over de nieuwsbrieven hoog tot zeer hoog is zal het departement, naast de reeds opgesomde initiatieven, geen verdere actie(s) ondernemen.**

4 TEVREDENHEID OVER HET CONTACT MET DCJM EN DE CONTACTPERSOON

Uit de management summary:

Gedurende het voorbij jaar had 70% van de respondenten contact met een medewerker van DCJM. Dit cijfer ligt significant hoger voor alle domeinen, met uitzondering van het domein Jeugd (47%) en contact verliep voornamelijk via e-mail (89%) en telefoon (57%). Het contactformulier en andere communicatiekanalen (zoals bijvoorbeeld persoonlijk contact of infosessies) worden minder vaak gebruikt. Van alle communicatiekanalen scoort e-mail het hoogste qua tevredenheid. 85% is zeer tevreden of tevreden, maar respondenten geven ook een hoge tevredenheid over telefoon (81%) en andere kanalen aan (78%). Respondenten die het contractformulier gebruikten zijn opvallend minder tevreden: slechts 52% is zeer tevreden of tevreden, en 17% geeft aan niet tevreden of helemaal niet tevreden te zijn. Tot slot werd de tevredenheid over de contactpersoon van DCJM waarmee de respondenten contact hadden bevraagd. Bijna 90% geeft aan zeer tevreden of tevreden te zijn over de contactpersoon in het algemeen. Dit wordt gedreven door de bijzonder hoge tevredenheid over de professionele houding en klantvriendelijkheid van de contactpersonen, en trekt zich door binnen alle domeinen.

Reactie van DCJM:

Het departement stelt vast dat het contact via het contactformulier te wensen over laat en zal hieromtrent in de in oprichting zijnde KIOSK-usergroep¹ met gebruikers verder nagaan hoe het contactformulier beter aan de verwachtingen kan voldoen.

Het departement is daarnaast zeer fier op de resultaten over het contact met de contactpersonen van het departement. Dit item wordt, in vergelijking met de andere elementen uit het onderzoek, zeer positief geëvalueerd. Dit is volgens het departement te danken aan de grote betrokkenheid van de medewerkers bij het veld, hun engagement om klantgericht hun werkzaamheden te verrichten en de plichtsbewustheid van de gehele ploeg binnen het departement om antwoorden op vragen en bemerkingen van de sector te geven.

¹ In kader van het structureel overleg met sectorvertegenwoordigers werd er beslist om voor KIOSK, het online loket van het DCJM, een usergroep op te richten waarin de veldactoren in overleg met het departement wijzigingen in KIOSK kunnen testen.

5 FAQ TEVREDENHEIDSENQUÊTE DCJM 2019

5.1 WAAROM VOERDE HET DEPARTEMENT DIT ONDERZOEK UIT?

Naar aanleiding van signalen van diverse actoren over de herstructurering van het departement hield de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media van het Vlaams Parlement hierover een hoorzitting op 1 maart 2018. Tijdens zijn toelichting in die hoorzitting sprak de secretaris-generaal Luc Delrue het volgende engagement uit: "In september volgt een enquête bij de actoren in het veld over hun tevredenheid, zowel over de uitvoering van de inkanteling als over het algemene functioneren van het departement. De feedback die deze enquête zal opleveren, kan worden aangewend om waar nodig een en ander bij te sturen".

5.2 WANNEER LIEP DEZE ENQUÊTE?

De enquêteperiode liep van 18 maart tot en met 5 april 2019. Er werden 2 reminders verstuurd in functie van het maximaal verhogen van de responsgraad.

5.3 WAAROM NET NU DEZE ENQUÊTE?

Het departement wil een sterke traditie opbouwen om op regelmatige basis de kwaliteit van de dienstverlening af te toetsen. In het verleden gebeurde dat op regelmatige basis met algemene of specifieke sectorbevragingen. Nu het departement ongeveer een jaar in zijn nieuwe vorm bestaat, is het een opportuniteit om deze enquête te lanceren over alle afdelingen, werkingen en sectoren heen.

5.4 IK WERD NIET BEVRAAGD, HOE KOMT DAT?

Diverse actoren die gebruik maakten van een dienstverlening van het departement werden bevraagd. Er werd gefocust op het hoofdbestuur. De gebruikers/bezoekers van de buitendiensten, het kabinet, de parlementsleden en de burger vielen buitende scope van deze bevraging. De selectie van de effectieve doelgroepen gebeurde door de teams van het departement. Zij selecteerden de doelgroepen. Sommige doelgroepen werden uitgesloten omdat ze pas recent uitgebreid bevraagd werden of een intensief participatief traject doorliepen.

5.5 WELKE VRAGEN WERDEN GESTELD?

Het ging om algemene sentimentsvragen over de dienstverlening in brede zin. Die gingen in op de ervaring van de dienstverlening, de informatiekanaalen en de contacten met het departement. Gezien de aard van de bevraging waren het voornamelijk gesloten vragen en werd er bewust voor gekozen om geen vragen rond specifieke dienstverlening te gebruiken. Tot slot kon men zich al dan niet bekend maken om eventueel betrokken te worden in vervolgotrajecten. Men kon ook anoniem de vragen beantwoorden. Om de verwerking goed te doen, werden enkele screenervragen gesteld om het profiel van de organisatie in beeld te brengen.