

Schriftelijke vraag over het A-blad van Nahima Lanjri aan schepen Claude Marinower.

Het A-blad voorziet Antwerpenaars elke maand over nieuws, praktische informatie en aankondigingen van evenementen. Antwerpenaars die voor 1949 geboren zijn krijgen het A-blad automatisch op papier thuisbezorgd. Ook in openbare gebouwen zoals het stadsloket en de bibliotheken wordt het magazine verspreid. Het is een belangrijke bron van informatie voor veel Antwerpenaren. Vanaf 2020 zal het A-blad enkel nog elektronisch te lezen zijn. Dat is jammer, want sommige Antwerpenaren hebben geen of moeilijk toegang tot het internet of zijn niet goed bekend met de nieuwe technologieën, zoals bij sommige senioren het geval is. Hierdoor zullen zij belangrijke informatie mislopen.

- *Waarom is beslist om een blad dat vooral focust op een ouder doelpubliek alleen nog elektronisch beschikbaar te stellen?*
- *Is het mogelijk om het A-blad toch nog op papier te verdelen voor mensen die dit willen?*

Antwoord

Het A-blad bestaat sinds mei 2014 en wordt op dit moment verstuurd naar alle Antwerpenaars die voor 1949 geboren zijn. Al sinds enkele jaren wordt deze leeftijdslimiet stelselmatig verhoogd en de werking afgebouwd. Van een plotse beslissing is geen sprake.

De huidige verdeling telt 45.000 exemplaren, en dit daalt met +/- 2.000 exemplaren per jaar. Vanuit onze Antwerpse monitor weten we dat ongeveer 50% van deze 45.000 burgers het blad regelmatig leest. We bereiken dus 23.000 mensen, wat neerkomt op 4% van de Antwerpenaren.

Bovendien weten we dat 50% van 65+'ers een smartphone heeft. Van de 70+'ers heeft 85% internet thuis. 58% van hen gebruikt het internet elke dag.

De noodzaak voor een fysiek A-blad daalt daardoor gestaag.

De opmaak en verdeling van het A-blad vraagt een aanzienlijke kost en menselijke inspanning. 4,5 VTE houden zich binnen de stad bezig met de redactie, opmaak, productie en organisatie van de bedeling. Drukwerk, freelance journalisten, administratie, logistiek en bedeling op adres kost ongeveer €400.000 per jaar. Een reductie van het gedrukte aantal zal enkel de drukkosten verminderen, de kosten voor opmaak, content, productie, redactie enz. blijven dezelfde.

Bovendien maken we in het bestuursakkoord een duidelijke keuze om in te zetten op digitale communicatie:

- 561. Het uitgangspunt voor alle communicatie van de stad en de districten blijft "maximaal digitaal". De stad toetst fysieke informatiedragers op hun rendement.
- 562. We laten mensen die minder goed met technologie overweg kunnen niet in de steek. Voor essentiële diensten blijft er altijd een analoge alternatief.

De optelsom van deze elementen heeft tot de beslissing geleid om het fysiek A-blad stop te zetten. We hebben het engagement aan de seniorenraad gegeven om hen te betrekken bij toekomstige digitale initiatieven, zoals de focusgroepen die op dit moment opgestart worden voor de herwerking van antwerpen.be, om ervoor te zorgen dat deze ook afgestemd zijn op hun noden en wensen. Er staat op korte termijn een afspraak met hen ingepland om dit te bespreken.

Ook andere doelgroepen zullen bevroegd worden in de focusgroepen, waaruit we doelgroepspecifieke acties willen meenemen.

We weten natuurlijk dat er steeds een kleinere groep burgers blijft die minder digitaal zijn. Daarom hebben we in het laatste A-blad ook onze alternatieven nogmaals opgesomd:

- We blijven stadsreportages voorzien op ATV
- Via webpunten kan men, indien gewenst onder begeleiding, gebruik maken van het internet, en assistentie krijgen bij het gebruik van antwerpen.be voor informatie over de stad en de districten. Men kan via e-mail inschrijven voor de wekelijkse nieuwsbrief vanuit antwerpen.be, of de sociale media van de stad volgen
- Via wijkgerichte werking gaan we actief op zoek naar mensen die minder digitaal zijn om hen te ondersteunen
- Verschillende districten hebben eigen (seizoens)magazines, nl. Deurne en Merksem. Wilrijk en Antwerpen gaan ermee starten
- Borgerhout adverteert in Borgerblad
- Berchem werkt samen met Bezine, het magazine van cultuurcentrum. Daarnaast hebben ze Surplus, een papieren afgeleide van de digitale seniorennieuwsbrief (specifiek voor senioren die niet digitaal bereikbaar zijn)
- Via de perswerking van de stad worden belangrijke momenten opgenomen door de krant

De primaire doelstelling blijft om minder digitale burgers maximaal te ondersteunen in hun weg naar de digitale wereld. Via de webpunten en de wijkwerking willen we deze burgers bereiken en ondersteunen. We zetten actief in op participatie bij de huidige en toekomstige ontwikkeling van digitale tools. Over een jaar voorzien we een evaluatie.