

‘Vrije tijd voor iedereen’

publiq

Jaarverslag 2025

publiq vzw

Beste lezer

2025 was voor publiq een jaar van verandering en vooruitkijken. In een context van snelle technologische evoluties, nieuwe beleidsprioriteiten en financiële druk bleef onze organisatie bouwen aan wat ons al jaren drijft: vrije tijd voor iedereen mogelijk maken.

We hielden onze dagelijkse werking stevig draaiende en werkten tegelijk aan een nieuw meerjarenplan dat richting geeft aan de komende jaren. Enkele ontwikkelingen uit 2025 illustreren hoe we dat samen met vele partners doen.

Alle wegen leiden naar UiTPAS

UiTPAS bereikte ook in 2025 steeds meer mensen. We verwelkomden 99.213 nieuwe pashouders en zetten verdere stappen in de digitalisering van het systeem. Sinds de online lancering in het voorjaar werd 26% van de nieuwe passen digitaal aangevraagd. In totaal verzamelden meer dan 258.000 actieve spaarders samen bijna 6 miljoen punten. Dat toont hoe UiTPAS een vaste plek heeft gekregen in het vrijetijdsleven van veel mensen.

We werkten ook verder aan drempelverlaging. Sinds mei kunnen pashouders met een kansenstatuut hun pas online aanvragen. Voor 85% van hen werd het statuut ook automatisch verlengd via de Kruispuntbank, wat de administratieve last aanzienlijk vermindert.

Samen UiT, samen thuis: een visie vol ambitie

In december stelden we ons meerjarenplan 2026–2030 voor: *Samen UiT, samen thuis*. Het plan kwam tot stand na gesprekken met vele partners en vertrekt vanuit één centrale ambitie: vrijetijdsparticipatie versterken in een samenleving die snel verandert.

De cijfers tonen dat onze platformen voor veel Vlamingen een vaste toegangspoort zijn tot vrije tijd. Volgens een representatieve panelbevraging gebruikte 40% van de Vlamingen in 2025 onze kanalen om activiteiten te vinden of te plannen. UiTinVlaanderen bereikte 4 miljoen unieke gebruikers en registreerde 22 miljoen paginabezoeken.

Ook binnen publiq zelf veranderde er veel. Op 1 januari vervoegden de collega's van dēmos onze organisatie. Hun expertise rond armoede, participatie en inclusie versterkt ons werk en zorgt voor nieuwe perspectieven.

Daarnaast blijven we investeren in technologie. Zo verkennen we onder andere hoe artificiële intelligentie kan helpen om vrijetijdsdata beter te ontsluiten en mensen gerichter naar aanbod te leiden.

Wendbaar in een veranderende context

2025 bracht ook organisatorische uitdagingen met zich mee. In een context van budgettaire druk en de bijhorende aanpassingen binnen het team moesten we regelmatig bijsturen. Dat vroeg flexibiliteit van de hele organisatie.

Financieel konden we het jaar afsluiten met een positief resultaat en een gezond evenwicht. Externe audits door onder meer de Inspectie van Financiën en FOD WASO bevestigden bovendien de solide werking van onze organisatie.

Samenwerking als fundament

Dit werk gebeurt nooit alleen. We danken onze medewerkers voor hun inzet en betrokkenheid in een jaar dat veel van hen vroeg. Ook het bestuursorgaan speelde een belangrijke rol in het mee richting geven aan onze toekomst.

Daarnaast zijn we dankbaar voor de samenwerking met lokale besturen, vrijetijdsorganisatoren, partners en leveranciers. Hun engagement maakt onze werking mogelijk.

Tot slot danken we de ministers bevoegd voor Cultuur, Sport en Jeugd en de collega's bij het departement CJM en Sport Vlaanderen voor hun vertrouwen.

Samen met al deze partners blijven we bouwen aan één gedeelde ambitie:
vrije tijd voor iedereen.



Ellen Van den Berghe
Algemeen Directeur



Lien De Keukelaere
Voorzitter

Inhoudstafel

Inhoudstafel 4
1. Indicatoren 6
2. Doelstellingen 9
SD 1 – De bevolking heeft toegang tot volledige, toegankelijke en inspirerende vrijetijdsinformatie 9
OD 1.1 – De UiTdatabank is een volledige en rijke centrale draaischijf voor eerstelijnsinformatie over offline en online vrijetijdsactiviteiten (sport-, cultuur- en jeugdactiviteiten) in Vlaanderen en Brussel 9
OD 1.2 – De verzamelde vrijetijdsinformatie is verspreid via lokale vrijetijdsgidsen en via een overkoepelende Vlaamse vrijetijdsgids onder het UiTmerk (van UiTinAalst tot UiTinZoutleeuw en UiTinVlaanderen) 10
OD 1.3 – Samen met partners uit de brede vrijetijdssector worden doelgroep- en aanbodspecifieke vrijetijdsgidsen verspreid. Voor families met kinderen wordt daarvoor het Vlieg-label gebruikt. Voor jongeren wordt een aanbod gecureerd en geselecteerd via het label UiTX 11
OD 1.4 – Een breed publiek vindt in de kanalen van publiq en haar partners een gebruiksvriendelijke gids waarmee het aanbod kan worden verkend en die tips geeft op maat 13
OD 1.5 – Via redactionele inhoud gidsen we gebruikers doorheen het aanbod en overtuigen we hen ook om kennis te maken met en te participeren aan voorheen onbekend aanbod 14
SD 2 – De bevolking in het Nederlandse taalgebied en het tweetalige gebied Brussel-Hoofdstad kan drempelloos participeren aan het vrijetijdsaanbod 16
OD 2.1 – Het geografisch bereik, het aantal gebruikers en het gebruik van UiTPAS nemen toe 16
OD 2.2 – Mensen uit kansengroepen krijgen maximaal de kans om laagdrempelig te participeren aan vrijetijdsaanbod 18
OD 2.3 – Gebruikers beschikken over betrouwbare en bruikbare informatie over toegankelijkheid en drempels van vrijetijdsaanbod 19
OD 2.4 – Vrijetijdsactoren en lokale besturen worden ondersteund in hun aanpak rond participatie, drempelverlaging en inclusie 21
SD 3 – publiq levert een actieve bijdrage aan de digitalisering van de Vlaamse cultuursector, die leidt tot verbreding en verdieping van de cultuurparticipatie 23
OD 3.1 – publiq ondersteunt de implementatie van de OSLO-uitwisselingsstandaard voor cultuurparticipatie 23
OD 3.2 – publiq draagt actief bij aan het tot stand komen en uitvoeren van het (Ontwerp)programma Digitale Transformatie 24
OD 3.3 – publiq versterkt haar Europees netwerk, profileert zich als voorloper op het vlak van participatiedata en zoekt naar samenwerkingen met buitenlandse partners 25
OD 3.4 – publiq deelt informatie, kennis en inzichten met de partners in haar netwerk en draagt zo bij tot het verhogen van de digitale maturiteit van de sector 25
SD 4 – De expertise op het vlak van cultuureducatie in het ruime cultuureducatieve veld is verhoogd 26
OD 4.1 – Er wordt actuele kennis en inspiratie over cultuureducatie verzameld en

ontsloten via online content en evenementen, met aandacht voor de kinderen- en jongerenwerking van cultuureducatieve actoren 26
OD 4.2 Het leden-netwerk Vitamine C is een actief platform voor uitwisseling rond cultuureducatie, over de beleidsdomeinen Cultuur, Jeugd en Media heen 28
FD 1 – publiq vzw werkt volgens het principe van een deugdelijk en maatschappelijk betrokken bestuur en dito bedrijfsvoering 29
FD 1.1 – publiq onderhoudt een actieve relatie met haar stakeholders, gaat met hen in dialoog en zoekt naar mogelijkheden voor samenwerking 29
FD 1.2 – In de ontwikkeling van ons instrumentarium gaan we uit van de principes uit de visienota ‘Naar een slagkrachtige cultuursector in digitale tijden’ rond gedeelde data, collectieve digitale infrastructuur, maximale meerwaarde en publieke waarde 31
FD 1.3 – publiq volgt maatschappelijke ontwikkelingen en technologische trends en past haar producten en projecten hierop aan 32
FD 1.4 – De diversiteit van de samenleving wordt op een inclusieve manier verankerd in de werking van publiq (personeel, producten & diensten, …) 34
FD 1.5 – Bestuur en directie handelen conform de Code voor Goed Bestuur 35
FD 1.6 – De bedrijfsvoering van publiq verzekert een financieel gezonde en efficiënte organisatie, met een mix tussen eigen middelen, opbrengsten via betalende dienstverlening en een publieke werkingstoelage 36
FD 1.7 – De inkanteling van demos in publiq leidt tot een werking die continuïteit garandeert en waarin een geïntegreerd toekomstplan rond de decretale opdrachten vorm krijgt 38
3. Rapportage addenda met betrekking tot 2025 40

1. Indicatoren

In de Beheersovereenkomst 2024-2025 werden twee **key performance indicatoren** (KPI's) opgenomen die de gehele werking van publiq helpen duiden. In 2024 werd hiervoor een nulmeting uitgevoerd. Hieronder rapporteren we over **de resultaten van het jaar 2025**.

KPI1

Het aantal personen dat door het digitale instrumentarium van publiq, direct of via partners, geïnformeerd, geïnspireerd en geholpen wordt om te participeren aan het opgebouwde vrijetijdsaanbod.

Op basis van data over gebruikers in onze databank, tracking en logging van applicaties en een representatieve panelbevraging geven we een beeld van de ondersteuning die de Vlaming krijgt bij het zoeken naar en deelnemen aan cultuur en vrijetijdsactiviteiten via de diensten en producten van publiq.

	Nulmeting	Context
Merkbevraging - gebruikscijfers	40,02% of 2.720.000 Vlamingen	Tijdens een panelbevraging gaf 40,02% aan minstens een van onze kanalen of merken te gebruiken bij het plannen van diens vrije tijd.
Unieke geïdentificeerde personen op het platform	581.821	Een unieke gebruiker kan worden geïdentificeerd aan de hand van diens gebruik van verschillende applicaties doorheen verschillende periodes. Dit kan doordat de gebruiker zich bijvoorbeeld aanmeldt of een e-mailadres achterlaat. Het werkelijk aantal bereikte personen ligt echter hoger dan dit getal, omdat we het bereik via offline kanalen of kanalen van onze partners niet meetellen.
Aantal sessies door geïdentificeerde en anonieme gebruikers	Minstens 16,8 miljoen sessies	Een sessie is een bundeling van diverse acties op een website of applicatie tijdens een afgebakende periode. Dit is een onderschatting omdat we deze acties niet voor alle integraties kunnen tracken.
Aantal event-consultaties door geïdentificeerde en anonieme gebruikers	Minstens 25,7 miljoen	Een event-consultatie is het raadplegen van een detailpagina op onze kanalen of op die van onze partners, waarop alle informatie van een evenement wordt getoond. Dit cijfer is een onderschatting omdat we 38% van de vrijetijdsagenda's niet kunnen tracken.

Het **gebruik van onze kanalen** is volgens onze merkbevraging **stabiel** gebleven. Wel zien we dat het aantal uniek identificeerbare gebruikers is gestegen dankzij een gebruikersgroei bij:

- UiTPAS: bij de aanmaak van een online UiTPAS, meer dan 21.000 in 2025, is een UiTID registreren verplicht. 15% meer pashouders hebben UiTPAS gebruikt om punten te sparen en 18% meer om kortingen te krijgen.
- Museumpas had 10% meer abonnementen, 241.000 in 2025.

Het aantal sessies daalt (-10%) op online agenda's door een verminderde instroom van bezoekers via zoekmachines (SEO). Dit is te wijten aan de opkomst van toenemende AI-toepassingen, die informatie al samenvatten in de zoekmachine of in een chat-interface. We zetten daarom ook nog meer in op **GEO** (Generative Engine Optimisation) en zullen in 2026 een testtraject starten in het meten van de impact daarvan.

Ook zien we op onze eigen getrackte agenda's gemiddeld een hoger aantal bezochte evenementen omdat bezoekers die gericht op onze kanalen komen makkelijker kunnen grasduinen dankzij nieuwe zoekfilters en functionaliteiten. We zien ook een hoger aantal sessies (+57%) bij de websites en mobiele applicaties van producten zoals UiTPAS en Museumpas.

KPI2

Het aantal actoren dat met publiq samenwerkt om data te verzamelen, te verwerken en te ontsluiten, met het oog op kennis van en inzicht in het vrijetijdsaanbod en de vrijetijdsparticipatie.

Op basis van enerzijds data uit de UiTdatabank waar organisatoren activiteiten invoeren en anderzijds de inschrijfdata van onze kennissessies, komen we tot een beeld van ons bereik van lokale besturen en culturele en vrijetijdsactoren.

	Nulmeting	Context
Aantal actieve UiTdatabank-organisatoren	26.534	Het totaal aantal unieke organisatoren dat minstens 1 evenement invoerde voor 2025. Bij 20% van de evenementen in de UiTdatabank werd geen organisator vermeld.
Aantal kenniswerking-organisaties*	942	Het totaal aantal unieke organisatoren waarbij minstens 1 medewerker minstens 1 van de 110 kennissessies bijwoonde (online of fysiek).
Aantal kenniswerking-deelnemers*	2251	Het totaal aantal unieke personen (professionals of vrijwilligers) dat minstens 1 van de 110 kennissessies bijwoonde (online of fysiek).

Het **aantal organisatoren** is het voorbije jaar met **5% toegenomen** tot meer dan 26.000. Door de bredere verankering van UiTdatabank via UiTPAS zien we een stijging van het aantal invoerende organisatoren.

Door de inkanteling van demos en de uitbreiding van de kenniswerking van publiq, organiseerden we heel wat meer kennisevents dan vorig jaar.

> **De omvang en het bereik van de kenniswerking van het vroegere demos zit grotendeels, maar nog niet volledig vervat in deze cijfers. In 2025 werd, in het kader van de inkanteling en een toekomstig geïntegreerde rapportering vanuit publiq, een nieuwe registratietool geïmplementeerd waardoor de rapportage voor 2025 gefragmenteerd is. De reële cijfers liggen dus wellicht iets hoger dan wat hier wordt gerapporteerd.*

2. Doelstellingen

SD 1 – De bevolking heeft toegang tot volledige, toegankelijke en inspirerende vrijetijdsinformatie

OD 1.1 – De UiTdatabank is een volledige en rijke centrale draaischijf voor eerstelijnsinformatie over offline en online vrijetijdsactiviteiten (sport-, cultuur- en jeugdactiviteiten) in Vlaanderen en Brussel

De **UiTdatabank** blijft ook in 2025 **de centrale ruggengraat** van het UiTplatform. De databank vormt de basis voor diverse publieks- en sectorgerichte toepassingen zoals UiTinVlaanderen, UiTPAS en Cultuurkuur. In lijn met de beheersovereenkomst en het meerjarenplan lag de focus op het **verhogen van de volledigheid, correctheid en bruikbaarheid** van de ingevoerde data, zowel voor eindgebruikers als voor partners in het vrijetijdsveld.

Een belangrijk accent in 2025 lag op het **verbeteren van datakwaliteit via proces- en gebruikersondersteuning**. Via gerichte ingrepen in de UiTdatabank werden invoerders beter ondersteund om volledige en correcte activiteiten, locaties en organisaties in te geven. Zo werd verder gewerkt aan het project ‘gedeeld eigenaarschap’, waarbij organisatoren en invoerders meer autonomie krijgen over hun eigen items. Dit versterkt zowel de betrokkenheid van het veld als de actualiteit en betrouwbaarheid van de data.

Ook op technisch vlak bleef publiq investeren in de performantie en toekomstbestendigheid van de UiTdatabank. In 2025 werden voorbereidingen getroffen voor structurele **verbeteringen aan de onderliggende infrastructuur**, waaronder het moderniseren van *legacy*-componenten en het makkelijker maken van de navigatie tussen verschillende organisatoren en het beheer ervan.

Tot slot werd de UiTdatabank in 2025 verder gepositioneerd als een **gedeelde digitale infrastructuur** voor het brede vrijetijdsveld. Via API-koppelingen, widgets en begeleiding van partners bleef publiq aansturen op hergebruik van data in lokale en bovenlokale toepassingen. Dit leidde tot 278.196 ingevoerde activiteiten door 26.125 actieve invoerders. Door deze gecombineerde inspanningen was de UiTdatabank ook in 2025 een cruciale draaischijf voor eerstelijnsinformatie over vrijetijdsactiviteiten, in functie van publieke waarde en brede participatie.

Enkele cijfers en realisaties – OD 1.1	
Datakwaliteit	Automatische identificatie en samenvoeging van dubbele locaties • maatregelen om nieuwe dubbels te voorkomen
Gedeeld eigenaarschap	4.133 aanvragen voor eigenaarschap over 3.528 organisaties
Integraties	Verdere integratie met het Verenigingsloket, inclusief zichtbaarheid en beheer van koppelingen
Cultuurkuur-integratie	Nieuwe invoerformulieren voor activiteiten en organisaties met specifieke velden voor schoolaanbod

Gebruik nieuwe invoerformulieren	539 schoolactiviteiten ingevoerd via de nieuwe interface (juni - eind 2025)
Gebruikersonderzoek	3 diepte-interviews met lokale besturen/regio's en input van 15 UiTPAS-coördinatoren rond vereenvoudiging invoer UiTPAS-aanbod
Ondersteuning invoerders	Webinars 'UiTdatabank voor beginners' structureel opgenomen in het kennisaanbod
Gebruik databank	278.196 ingevoerde activiteiten door 26.125 actieve invoerders

OD 1.2 – De verzamelde vrijetijdsinformatie is verspreid via lokale vrijetijdsgidsen en via een overkoepelende Vlaamse vrijetijdsgids onder het UiTmerk (van UiTinAalst tot UiTinZoutleeuw en UiTinVlaanderen)

Het breed en laagdrempelig verspreiden van vrijetijdsinformatie via lokale en bovenlokale vrijetijdsgidsen onder het UiTmerk bleef ook in 2025 een speerpunt. De **UiTdatabank fungeert hierbij als centrale bron**, waarvan de data worden hergebruikt in **UiTinVlaanderen en in tal van lokale UiTgidsen**, van UiTinAalst tot UiTinZoutleeuw. Zo wordt het rijke vrijetijdsaanbod in Vlaanderen en Brussel ontsloten op maat van de leefwereld en context van gebruikers, met aandacht voor nabijheid en relevantie.

Een belangrijke focus in 2025 lag op het **verder ondersteunen van lokale besturen en partners in het ontsluiten van hun aanbod**. publiq bleef aansturen op een *API-first*-aanpak, waarbij steden, gemeenten en andere partners hun eigen vrijetijdsgidsen kunnen bouwen of voeden met data uit de UiTdatabank. Tegelijk werden ook widgets verder onderhouden en geoptimaliseerd, zodat partners met een lagere digitale maturiteit het UiTaanbod eenvoudig kunnen integreren in hun eigen kanalen. Deze combinatie maakt het mogelijk om vrijetijdsinformatie breed te verspreiden, met respect voor lokale autonomie en eigen accenten.

Daarnaast verbeterde in 2025 **de vindbaarheid en gebruiksvriendelijkheid** van UiTinVlaanderen. In functie van een betere publieksbeleving en hogere vindbaarheid werd verder gewerkt aan SEO-optimalisatie, duidelijke verzamelpagina's en een logische structurering van het aanbod (lancering blogpagina's, optimalisering sitemaps en uitbreiding accordeon menu's i.f.v. gebruiksgemak). Zo kunnen gebruikers **sneller en gerichter activiteiten ontdekken**, zowel dicht bij huis als daarbuiten, wat bijdraagt aan inspiratie en smaakverbreding.

Ook op organisatorisch vlak besteedden we aandacht aan **kennisdeling en ondersteuning rond vrijetijdscommunicatie**. publiq deelde inzichten en *good practices* met lokale partners over de manier waarop zij hun UiTgidsen strategisch kunnen inzetten als publieksinstrument, onder meer via begeleiding, documentatie en uitwisseling binnen het UiTnetwerk. Zo worden niet alleen data gedeeld, maar versterkt ook gedeelde expertise het veld.

Dankzij deze gecombineerde inspanningen werd de UiTinformatie in 2025 ontsloten via 1.164 lokale online UiTgidsen, online en offline agenda's van partners en via UiTinVlaanderen. Op die manier bleef publiq ook in 2025 bijdragen aan toegankelijke en

inspirerende vrijetijdsinformatie voor een breed publiek, met een duidelijke focus op publieke waarde, nabijheid en hergebruik van data.

Enkele cijfers en realisaties – OD 1.2	
Verspreiding vrijetijdsinformatie	1.164 lokale UiTgidsen en partneragenda's aangesloten op UiTdatabank
Partneruitbreiding	126 nieuwe partners aangesloten (87 Search API's • 39 widgets)
API- & widgetstrategie	Verdere ondersteuning van partners met verschillende digitale maturiteit
UiTinVlaanderen	SEO-optimalisatie • lancering blogpagina's • optimalisatie sitemaps • uitbreiding navigatiestructuur
Kennisdeling UiTcommunicatie	14 kennisdelingsevents (opleidingen en infosessies)
Begeleiding partners	12 begeleidingstrajecten rond UiTcommunicatie

OD 1.3 – Samen met partners uit de brede vrijetijdssector worden doelgroep- en aanbodspecifieke vrijetijdsgidsen verspreid. Voor families met kinderen wordt daarvoor het Vlieg-label gebruikt. Voor jongeren wordt een aanbod gecureerd en geselecteerd via het label UiTX

Samen met partners uit de brede vrijetijdssector zorgden we ook in 2025 voor **doelgroep- en aanbodspecifieke vrijetijdsgidsen** die aansluiten bij de leefwereld van specifieke publieken. Naast de algemene UiTgidsen werd het aanbod voor families met kinderen en jongeren verder gecureerd via respectievelijk het Vlieg-label en het UiTX-label. Deze labels fungeren als herkenbare **wegwijzers** binnen het brede vrijetijdsaanbod en dragen bij aan gerichte, toegankelijke en inspirerende publiekswerking.

Voor families met kinderen werd in 2025 een belangrijke stap gezet met de doorontwikkeling van **Vlieg 2.0**. Vlieg evolueerde verder van een campagnegedreven merk naar een structureel en datagedreven label binnen UiTinVlaanderen. Via een vernieuwde selectielogica worden activiteiten automatisch opgenomen in de Vlieg-agenda op basis van leeftijdsinformatie, inhoudelijke kenmerken en type evenement, aangevuld met een AI-gestuurde controle bij twijfelgevallen. Deze aanpak maakt het mogelijk om op schaal een kwalitatief aanbod voor gezinnen te ontsluiten zonder manuele curatie van het volledige UiTaanbod.

De vernieuwde Vlieg-selectie is gebaseerd op **gebruikersonderzoek** naar de manier waarop gezinnen activiteiten zoeken en kiezen. Daarbij werd ook gekeken naar aanbod dat niet expliciet voor kinderen is ontwikkeld maar wel geschikt kan zijn voor gezinnen. Deze bredere interpretatie verrijkt het aanbod en sluit beter aan bij de realiteit van gezinsuitstappen. Door het nieuwe Vlieg-script ligt de nauwkeurigheid bovendien 10% hoger dan in vorige versies, wat bijdraagt aan vertrouwen in het label.

Ook op merkniveau werd verder gebouwd aan de positionering van Vlieg. De merkbekendheid bedroeg in 2025 53,3% en bij ouders met kinderen 64,3%.

publiq organiseerde in 2025 opnieuw **Schatten van Vlieg** en stond voor het eerst in voor **Kunstendag voor Kinderen**. Beide initiatieven vallen buiten de beheersovereenkomst, maar sluiten sterk aan bij de doelstelling om gezinnen toe te leiden naar vrijetijdsaanbod en versterken tegelijk het Vlieg-label binnen UiTinVlaanderen. In 2025 namen 318 locaties deel aan Schatten van Vlieg (115.764 geopende schatkisten) en bereikte Kunstendag voor Kinderen 46.000 bezoekers via 250 locaties. Binnen Schatten van Vlieg werd bovendien een traject voor families nieuw in België verder ontwikkeld met steun van de Nationale Loterij, waarover de inzichten werden gedeeld met het veld.

Voor jongeren bleef **UiTX** in 2025 functioneren als een selectief label dat vertrekt vanuit hun leefwereld, taal en mediagewoonten. Het aanbod werd bewust gefilterd met aandacht voor relevantie en authenticiteit. Daarnaast werd onderzocht hoe jongeren actiever betrokken kunnen worden bij contentselectie en -creatie, zodat UiTX niet alleen een gids is voor jongeren maar ook mee vorm krijgt vanuit hun perspectief. De merkbekendheid bij jongeren bedroeg 21,9%.

Publiekskanaal	**Merkbekendheid 2025**	**Merkbekendheid 2024**
UiTinVlaanderen	81%	79,4%
UiTPAS	69,4%	66%
Vlieg	53,5%	51,2%
UiTX	21,9%	21,8%

Dankzij deze geïntegreerde aanpak van datagedreven curatie, sterke doelgroeplabels en samenwerking met partners werden in 2025 via Vlieg en UiTX samen 72.632 activiteiten ontsloten. Zo bleef publiq bijdragen aan toegankelijke en inspirerende vrijetijdsinformatie op maat van specifieke doelgroepen, met aandacht voor kwaliteit, schaalbaarheid en publieke waarde.

In 2025 versterkten we onze **digitale aanwezigheid via sociale media**, met per platform een duidelijke **doelgroepstrategie**. UiTinVlaanderen bleef het fundament, met een bereik van ruim 100.000 volgers op Facebook en een focus op doorstroming naar de **inspiratieblog**.

Vlieg kende een sterk jaar op Instagram, met een groei van 38% tot 18.000 volgers en 660.000 views, dankzij een vernieuwde contentstrategie met structurele samenwerkingen met ambassadeurs. Ook UiTX zette de groei voort met authentieke content door en voor jongeren, goed voor 19.000 volgers over de kanalen heen. Vooral Instagram (+25%) en TikTok (+56%) bleken cruciaal om jongeren te bereiken en te activeren, met als resultaat positieve feedback van organisaties over de impact.

Enkele cijfers en realisaties – OD 1.3	
Doelgroeplabels	Vlieg (families met kinderen) • UiTX (jongeren)
Ontsloten aanbod	72.632 activiteiten via Vlieg en UiTX
Sociale media UiTinVlaanderen	> 100.000 volgers Facebook
Sociale media Vlieg	18.000 Instagramvolgers (+38%) • 660.000 views

Sociale media UiTX	19.000 volgers over kanalen • Instagram +25% • TikTok +56%
Publieksacties (buiten beheersovereenkomst)	Schatten van Vlieg: 318 locaties • 115.764 geopende schatkisten
	Kunstendag voor Kinderen: 250 locaties • 46.000 bezoekers •
	Inclusietraject - Schatten van Vlieg voor families nieuw in België • ontwikkeling toolkit

OD 1.4 – Een breed publiek vindt in de kanalen van publiq en haar partners een gebruiksvriendelijke gids waarmee het aanbod kan worden verkend en die tips geeft op maat

Ook in 2025 zette publiq in op het **toegankelijk en gebruiksvriendelijk** maken van **vrijetijdsinformatie** voor een **breed en divers publiek**. Daarbij werd expliciet rekening gehouden met verschillen in digitale vaardigheden, taalniveau, leeftijd en interesses. Deze doelstelling werd vertaald naar concrete verbetertrajecten binnen UiTinVlaanderen en aanverwante publiekskanalen, met als doel dat gebruikers sneller vinden wat voor hen relevant is en minder drempels ervaren om tot deelname over te gaan.

Een eerste belangrijk traject in 2025 was het verder verbeteren van **zoek- en filterfunctionaliteiten** binnen UiTinVlaanderen. Door optimalisaties in de manier waarop activiteiten worden gestructureerd en gepresenteerd, werd het eenvoudiger om aanbod te ontdekken op basis van locatie, timing, doelgroep en interesse. Ook de opbouw van verzamelpagina's en thematische overzichten werd aangescherpt, zodat gebruikers minder afhankelijk zijn van vrije zoekopdrachten en sneller geïnspireerd raken door gecureerde selecties.

Er werd ook extra aandacht besteed aan het nog **relevanter maken** van het aanbod voor de gebruikers. Zo 'nudgen' we de gebruikers (o.a. via een banner op de homepage) om interesses en woonplaats in te geven, zodat vanaf dan steeds **gepersonaliseerde events** getoond worden op de homepage, aansluitend bij de aangegeven keuzes.

De doorontwikkeling van doelgroepgerichte curatie, zoals bij **Vlieg 2.0**, sluit hier nauw bij aan. Door het combineren van datakwaliteit, geautomatiseerde selectie en publieksgerichte presentatie wordt vrijetijdsinformatie niet alleen toegankelijker, maar ook relevanter voor specifieke doelgroepen (zie ook OD 1.3).

Daarnaast primeerden in 2025 **gebruiksvriendelijkheid en mobiele toegankelijkheid**. Aangezien een groot deel van de gebruikers vrijetijdsinformatie raadpleegt via smartphone, bleef publiq aandacht besteden aan leesbaarheid, duidelijke *call-to-actions* en een logische visuele hiërarchie op kleinere schermen. Deze verbeteringen verlagen de drempel voor occasionele gebruikers en maken het platform beter bruikbaar voor gezinnen, jongeren en gebruikers met beperkte digitale ervaring.

Ook **vindbaarheid via zoekmachines** bleef een belangrijk aandachtspunt. In 2025 werd verder gewerkt aan SEO-optimalisatie van UiTinVlaanderen, onder meer via heldere paginatitels, gestructureerde data en inhoudelijk sterkere beschrijvingen van activiteiten en thema's. Deze inspanningen dragen bij aan een groter organisch bereik en zorgen ervoor dat gebruikers UiTinVlaanderen ook buiten de eigen kanalen vlot weten te vinden.

Tot slot werd in 2025 blijvend aandacht besteed aan **toegankelijk en inclusief ontwerp**. Bij de doorontwikkeling van publiekskanalen hield publiq rekening met basisprincipes rond digitale toegankelijkheid zoals duidelijke taal, overzichtelijke pagina-opbouw en het vermijden van onnodige complexiteit. Deze aanpak sluit aan bij de bredere ambitie om vrijetijdsinformatie niet alleen beschikbaar te maken, maar ook effectief **bruikbaar voor zo veel mogelijk mensen**. Ook de digitale evoluties binnen UiTPAS, zoals de verdere inzet op online en mobiele toepassingen, dragen bij aan een meer toegankelijke publieksbeleving, al worden deze trajecten inhoudelijk verder toegelicht binnen SD 2.

Dankzij de concrete verbetertrajecten bereikte UiTinVlaanderen in 2025 4 miljoen unieke actieve gebruikers, goed voor 22 miljoen paginabezoeken. Door toegankelijkheid en gebruiksvriendelijkheid systematisch te koppelen aan publieksnoden bleef publiq in 2025 investeren in vrijetijdsinformatie met hoge publieke waarde.

Enkele cijfers en realisaties – OD 1.4	
Gebruiksvriendelijkheid	Optimalisaties in zoek- en filterfunctionaliteiten binnen UiTinVlaanderen
Personalisatie	Nudging naar ingave interesses en woonplaats • gepersonaliseerde homepage-aanbevelingen
Doelgroeprelevantie	Verdere integratie doelgroepcuratie (o.a. Vlieg 2.0) binnen publiekskanalen
Mobiele toegankelijkheid	Verbeterde leesbaarheid, navigatie en call-to-actions op smartphone
SEO en vindbaarheid	Optimalisatie paginatitels • gestructureerde data • inhoudelijke versterking themapagina's
Digitale toegankelijkheid	Toepassing principes rond duidelijke taal en overzichtelijke pagina-opbouw
Publieksbereik	4 miljoen unieke actieve gebruikers • 22 miljoen paginabezoeken
Samenhang UiTPAS	Digitale evoluties UiTPAS dragen bij aan toegankelijke publieksbeleving (zie SD 2)

OD 1.5 – Via redactionele inhoud gidsen we gebruikers doorheen het aanbod en overtuigen we hen ook om kennis te maken met en te participeren aan voorheen onbekend aanbod

Redactionele inhoud bleef ook in 2025 een essentieel instrument om gebruikers te gidsen doorheen het brede vrijetijdsaanbod. Deze werking bouwt inhoudelijk verder op de aanpak van de voorbije jaren: de soorten artikels, formats en thematische invalshoeken bleven grotendeels ongewijzigd. De focus lag niet op het uitbreiden van het aantal formats, maar op **het versterken van samenhang, vindbaarheid en impact van de bestaande redactionele werking.**

Een belangrijke stap in 2025 was de **introductie van een centrale blogpagina** waarin alle inspirerende content op UiTinVlaanderen wordt samengebracht. Door artikels, thematische selecties en verdiepende stukken te bundelen op één plek wordt de **gebruikservaring**

overzichtelijker en stijgt de vindbaarheid via zoekmachines. Deze ingreep had een meetbaar effect op het leesgedrag van gebruikers: de gemiddelde engagementsduur op de website steeg met 37%. Dit wijst op een grotere betrokkenheid bij de inhoud en op een betere aansluiting bij de verwachtingen van gebruikers.

In 2025 werd de redactionele werking bovendien explicieter aangestuurd vanuit een **contentstrategie met focus op kwaliteit en engagement**. Niet het loutere bereik van artikels stond centraal, maar de mate waarin gebruikers effectief worden geïnspireerd en de inhoud naar waarde schatten. Daarom wordt systematisch opgevolgd op indicatoren zoals leestijd op de website, bereik op sociale media en gemiddeld engagement per post. Deze indicatoren vertoonden in 2025 een stijgende trend, wat bevestigt dat de gekozen focus bijdraagt aan diepere betrokkenheid bij het aanbod.

De nieuwsbrief bleef een belangrijk redactioneel kanaal. In 2025 werd een **tweewekelijkse nieuwsbrief** verstuurd naar meer dan 107.000 abonnees. De *open rate* ligt telkens minstens boven de 45% en regelmatig boven de 50%. Dit wijst op een sterke band met een terugkerend publiek dat bewust kiest voor inspiratie rond vrijetijdsbesteding. De nieuwsbrief fungeert daarbij niet alleen als distributiekanaal, maar ook als **gids** die gebruikers helpt om gericht keuzes te maken binnen het brede aanbod.

Voor de doelgroepgerichte labels Vlieg en UiTX werd redactie in 2025 afgestemd op de leefwereld en het mediagebruik van gezinnen met kinderen en jongeren. Voor **Vlieg** werd verder gebouwd aan een sterke *online community* met ambassadeurs die ervaringen delen vanuit hun gezinscontext. Dit verhoogt de geloofwaardigheid en herkenbaarheid van het merk. De concrete bereik- en groeicijfers worden toegelicht bij OD 1.3.

UiTX koos voor een redactionele aanpak met een uitgesproken jonger DNA, met content door en voor jongeren in samenwerking met partners met een groot jongerenbereik. De focus ligt op **bereik en engagement via sociale media**, in een context waarbinnen platform-algoritmes het succes moeilijk voorspelbaar maken. Ook hier verwijzen we voor de concrete bereikcijfers naar OD 1.3. Voor publiq blijft diverse en relevante content met publieke waarde belangrijk.

Dankzij deze gerichte visie op redactionele inhoud bleef publiq in 2025 bijdragen aan een vrijetijdsinformatieaanbod dat gebruikers niet alleen informeert, maar ook begeleidt richting ontdekking en participatie. De combinatie van vertrouwde formats, verbeterde vindbaarheid en sterke doelgroepwerking zorgt ervoor dat ook minder bekend aanbod zichtbaar en aantrekkelijk wordt voor een breed publiek.

Enkele cijfers en realisaties – OD 1.5	
Redactionele werking	Verderzetting bestaande formats met focus op samenhang, vindbaarheid en impact
Blog en vindbaarheid	Lancering centrale blogpagina met bundeling inspiratiecontent
Gebruik en betrokkenheid	Gemiddelde sessieduur website +37%
Contentstrategie	Sturing op kwaliteit en engagement • opvolging leestijd, bereik en interactie
Nieuwsbrief	Tweewekelijkse nieuwsbrief naar > 107.000 abonnees • open rate > 45%

Doelgroepredactie	Redactionele aanpak voor Vlieg en UiTX afgestemd op leefwereld doelgroepen (zie ook OD 1.3)
Communitywerking	Ambassadeurswerking binnen Vlieg-community (cijfers zie OD 1.3)
Jongerencontent	Content door en voor jongeren binnen UiTX (cijfers zie OD 1.3)
Publieksfunctie	Redactie als gids naar minder bekend aanbod en participatie

SD 2 – De bevolking in het Nederlandse taalgebied en het tweetalige gebied Brussel-Hoofdstad kan drempelloos participeren aan het vrijetijdsaanbod

OD 2.1 – Het geografisch bereik, het aantal gebruikers en het gebruik van UiTPAS nemen toe

In 2025 zette publiq grote stappen vooruit in de verdere **uitbouw en versterking van UiTPAS** als hefboom voor drempelloze vrijetijdsparticipatie. Dit om UiTPAS toekomstbestendig te maken en om UiTPAS toegankelijker en aantrekkelijker te maken voor een brede doelgroep.

In 2025 lag de focus minder op het verder uitbreiden van het geografisch bereik van UiTPAS, aangezien er in 2024 net lokale verkiezingen waren geweest. De inzet lag dus eerder op het **creëren van draagvlak voor UiTPAS** in functie van de Beleids- en Beheerscyclus (BBC) van de lokale besturen.

In de loop van het jaar sloten wel nieuwe regio's en steden en gemeenten aan, waardoor UiTPAS eind 2025 actief was in 162 lokale besturen. Er zijn 6 gemeenten bijgekomen, maar door de fusies wordt dit niet zichtbaar in de cijfers.

Daarnaast werd in 2025 hard gewerkt aan **een toename van het aantal pashouders en het effectieve gebruik van UiTPAS**. Het aantal nieuwe pashouders nam verder toe en we stelden vast dat bestaande pashouders UiTPAS opvallend **actiever gebruikten**, zowel om punten te sparen als om voordelen om te ruilen. Dit wijst erop dat UiTPAS niet alleen breder verspreid raakt, maar ook meer ingebed wordt in het vrijetijdsgedrag van gebruikers.

Een belangrijke hefboom was de **verdere digitalisering van UiTPAS**. In 2025 werd het **online aanvraagsysteem voor UiTPAS met en zonder kansentarief** gelanceerd, wat een duidelijke drempelverlaging betekende voor burgers. Deze digitalisering ontzorgt lokale balies, versnelt het aanvraagproces en maakt het mogelijk om gerichter te communiceren met pashouders. De lancering ging gepaard met gerichte communicatie- en promotieacties, zowel lokaal als Vlaams, waardoor UiTPAS zichtbaarder werd als gebruiksvriendelijk en hedendaags instrument.

Ook op het vlak van **herkenbaarheid en merkbeleving** werden in 2025 stappen gezet. De **Vlaamse UiTPAS-huisstijl kreeg een opfrissing,** met bijhorende richtlijnen en sjablonen voor lokale besturen en regio's. Door te werken met een meer uniforme en eigentijdse uitstraling wordt UiTPAS duidelijker gepositioneerd als een samenhangend Vlaams product,

met ruimte voor lokale accenten. Deze versterkte merkidentiteit moet op lange termijn bijdragen aan vertrouwen en herkenning bij gebruikers en aanbieders.

Om de propositie van UiTPAS bij een breed publiek te versterken, werkten we aan meer en interessantere **voordelen voor het brede publiek**, zowel op lokaal niveau, samen met de lokale besturen (met focus-sessies over voordelen en punten sparen tijdens de UiTPAS Academy) en op Vlaams niveau. Een voorbeeld hiervan is de succesvolle bovenlokale samenwerking met Literatuur Vlaanderen voor de '**boekencheque-campagne**'. Hierbij konden pashouders in ruil voor 3 punten een boekencheque van 10 euro krijgen. We verdeelden in een recordtempo maar liefst alle 12.500 beschikbare cheques. Het resultaat van enerzijds een **bijzonder aantrekkelijk voordeel, in combinatie met een impactvolle lokale en Vlaamse promocampagne in een sterk partnership**. Een bijkomend resultaat van deze actie was een stijging in de verkoop van UiTPAS-kaarten: tijdens de campagneperiode was er 10% meer verkoop dan de week ervoor, en in vergelijking met dezelfde periode vorig jaar ging het zelfs om 40% meer verkoop.

Ten slotte werd in 2025 geïnvesteerd in de **gebruiksvriendelijkheid, stabiliteit en veiligheid van UiTPAS voor partners**. Organisatoren en lokale besturen werden ondersteund met verbeterde digitale tools, zoals een geüpdatete mobiele UiTPAS-balie, extra beveiligingsmaatregelen en eenvoudigere koppelingen met externe systemen. Deze ingrepen zijn minder zichtbaar voor het brede publiek, maar essentieel om het gebruik van UiTPAS op het terrein vlot, betrouwbaar en schaalbaar te houden.

Enkele cijfers en realisaties – OD 2.1	
Geografisch bereik	162 aangesloten steden en gemeenten • 2 nieuwe regio's (UiTPAS Zender en UiTPAS regio Oudenaarde) • 6 nieuwe lokale besturen (Oudenaarde, Beersel, Sint-Genesius-Rode, Kapellen, Zandhoven en Ranst)
Nieuwe pashouders	99.213 nieuwe pashouders
Organisatoren	6.689 organisatoren bieden structurele UiTPAS-korting aan
Bovenlokale organisatoren	We engageerden in 2025 7 nieuwe bovenlokale organisatoren, die structurele UiTPAS-korting bieden aan pashouders uit alle regio's
Gebruik UiTPAS	258.253 pashouders spaarden 5.935.666 punten bij 3.437 organisatoren
Omruilvoordelen	76.153 spaarders ruilden 2.827.271 punten voor 4.131 unieke voordelen
Digitalisering	21.392 digitale UiTPAS-kaarten verkocht • 26% van alle passen online aangevraagd
Technische investeringen	Mobiele UiTPAS-balie installeerbaar als app en ondersteuning voor groepspassen • Nieuwe veilige methode voor updates van spaarzuilen • Beveiliging UiTPAS-balie versterkt met multi-factor authenticatie • publiq-platform geüpdatet voor eenvoudigere koppeling van lokale applicaties met UiTPAS

UiTPAS-app	Groei van 68.000 naar 88.000 app-gebruikers (+29%)
Ondersteuning lokale besturen	3de editie UiTPAS Academy: 13 sessies, 281 unieke deelnemers • 2 fysieke infomomenten ‘Maak het verschil met jouw vrijetijdsbeleid’ om ‘blinde vlekken’ op de UiTPAS-kaart weg te werken in de komende beleidsperiode

OD 2.2 – Mensen uit kansengroepen krijgen maximaal de kans om laagdrempelig te participeren aan vrijetijdsaanbod

In 2025 bleef publiq sterk werken aan het verlagen van drempels voor mensen in een kwetsbare positie. In 2025 gingen publiq en demos verder onder de naam publiq, en werkten we samen aan een geïntegreerde aanpak waarin **UiTPAS**, **kennisdeling**, **bovenlokale netwerken** en **de expertise van demos** elkaar versterken.

Een centrale pijler binnen deze OD blijft het **kansentarief binnen UiTPAS**. In 2025 nam het aantal pashouders met recht op kansentarief verder toe en werd het instrument ook intensiever gebruikt. Het kansentarief maakt structurele kortingen mogelijk bij een groot aantal organisatoren en blijft daarmee een cruciale hefboom om deelname aan cultuur, sport en vrije tijd financieel haalbaar te maken. De stijgende gebruikscijfers tonen aan dat UiTPAS voor deze doelgroep niet alleen beschikbaar is, maar ook effectief wordt ingezet.

In 2025 werden de resultaten van de evaluatie van UiTPAS (2024) breed gecommuniceerd naar de verschillende stakeholders. Daarbij werkten we toe naar de eerste contouren van UiTPAS 2.0, dat in de toekomst een antwoord moet bieden op de belangrijkste uitdagingen uit die evaluatie, zoals de **financiële haalbaarheid van de kansentarieven, de nood aan meer gelijkvormigheid** over de verschillende UiTPAS-regio’s heen en de **administratieve druk**. De verdere uitwerking van UiTPAS 2.0 maakt deel uit van de beheersovereenkomst 2026-2030.

In 2025 voerden we opnieuw de **automatische verlenging van het recht op kansentarief door voor heel wat pashouders**. Door de koppeling met de Kruispuntbank van de Sociale Zekerheid konden pashouders met verhoogde tegemoetkoming automatisch verlenging krijgen. Deze maatregel vermindert de administratieve last voor lokale besturen, vermindert drempels voor gebruikers en draagt bij aan een niet-stigmatiserende benadering van vrijetijdsparticipatie.

Naast het instrumentele luik bleef publiq ook aandacht besteden aan **kennisdeling en ondersteuning van het veld**. Via het publiqForum en de UiTPAS Academy werden in 2025 specifieke sessies georganiseerd rond drempelverlaging, sociaal-sportief werken, participatieve methodieken en inclusieve communicatie. In verschillende sessies werd expliciet aandacht besteed aan het niet-stigmatiserend inzetten van UiTPAS en aan de rol van lokale netwerken bij het bereiken van mensen met een beperkt budget.

De **inkanteling van demos** in 2025 betekende binnen OD 2.2 een belangrijke versterking. De bestaande demos-kenniswerking rond armoede en inclusieve vrijetijdsparticipatie werd gecontinueerd en geïntegreerd binnen publiq. Concreet kreeg dit vorm in onder meer de organisatie van de driedaagse basisvorming *Regie in de vrije tijd en armoede*, voorbereidende stappen naar een nieuw online kenniscentrum en trajecten zoals **Schatten van Vlieg voor families nieuw in België**. Dit traject richt zich expliciet op families in een nieuwkomerssituatie en legt de focus op procesmatig leren en duurzame participatie (zie ook SD 1 - O.D. 1.3).

De werking van **Vrijuit**, het fonds voor vrijetijdsparticipatie dat voorheen bij demos was ingebed, werd verdergezet en geïntegreerd binnen publiq als instrument om vrijetijdsparticipatie van mensen in armoede te versterken. Vrijuit faciliteert de toegang tot cultuur- en vrijetijdsactiviteiten via een netwerk van sociale organisaties, partners uit het vrijetijdsveld. In 2025 werden via het netwerk 13.041 tickets verdeeld voor 376 activiteiten, goed voor 3.306 bestellingen door 271 lidorganisaties, in samenwerking met 50 partners. Door deze brugfunctie ondersteunt Vrijuit zowel **toeleiding als participatie aan vrije tijd** en draagt het bij aan drempelverlaging voor mensen met een beperkt budget.

Naast het aanbieden van tickets blijft Vrijuit ook een platform voor kennisuitwisseling en samenwerking. In 2025 werden ontmoetingsmomenten en partnerbezoeken georganiseerd en werd gewerkt rond thema's zoals stigma, toeleiding en toegankelijk aanbod. Ook werden de vervoersonkosten van deelnemers gedeeltelijk terugbetaald om praktische drempels te verlagen.

In 2025 werkten we ook verder aan de **verkenning van synergieën tussen UiTPAS en Vrijuit**. De werking van Vrijuit werd grondig geanalyseerd met het oog op een betere afstemming tussen verschillende instrumenten voor vrijetijdsparticipatie. Deze analyse vormt de basis voor verdere keuzes in de komende jaren rond duurzame financiering, bovenlokale participatie en samenhang tussen armoede-instrumenten.

Enkele cijfers en realisaties – OD 2.2	
Kansentarief	47.831 nieuwe pashouders met recht op kansentarief
Gebruik kansentarief	99.756 personen maakten 531.712 keer gebruik van korting bij 2.643 organisatoren
Automatische verlenging	210.335 pashouders gecontroleerd • 178.394 (85%) automatisch verlengd
Kennisdeling	6 sessies op het publiqForum en 4 sessies in de UiTPAS Academy rond drempelverlaging en inclusie • 2 infosessies over Museumpas met UiTPAS aan kansentarief & bijhorende lokale en Vlaamse doelgroepgerichte marketingcampagne
Inkanteling demos	Continuering en integratie kenniswerking rond armoede en participatie van kansengroepen
Synergie-instrumenten	Analyse UiTPAS–VRIJUIT (vervolg op 2024)
Vrijuit	13.041 tickets via 3.306 bestellingen 50 partners • 376 gerealiseerde events 271 lidorganisaties bestelden tickets

OD 2.3 – Gebruikers beschikken over betrouwbare en bruikbare informatie over toegankelijkheid en drempels van vrijetijdsaanbod

Het verbeteren van de beschikbaarheid, kwaliteit en bruikbaarheid van informatie over toegankelijkheid en drempels binnen het vrijetijdsaanbod bleef ook in 2025 een focus voor publiq. Voortbouwend op de werking die in het jaarverslag 2024 wordt beschreven, lag het

accent op het **verder verankeren van toegankelijkheidsinformatie als een integraal onderdeel van vrijetijdsinformatie**, eerder dan als een bijkomende of optionele laag.

Een belangrijk onderdeel binnen deze OD blijft de **registratie van toegankelijkheidsinformatie in de UiTdatabank**. In 2025 werd verder gewerkt aan het structureren en verduidelijken van deze informatie, zodat organisatoren en invoerders beter ondersteund zijn om relevante drempels en faciliteiten correct te registreren. Het betreft onder meer informatie over fysieke toegankelijkheid, begeleidingsvormen, prikkelgevoeligheid en andere randvoorwaarden die voor gebruikers bepalend zijn bij hun keuze om al dan niet deel te nemen.

Naast de beschikbaarheid van data werd in 2025 ook ingezet op de **bruikbaarheid en interpretatie van toegankelijkheidsinformatie voor eindgebruikers**. Voor UiTinVlaanderen en andere publiekskanalen werd onderzocht op welke manier deze informatie op een begrijpelijke en niet-stigmatiserende manier kon worden gecommuniceerd. Daarbij werd expliciet rekening gehouden met het feit dat toegankelijkheid contextafhankelijk is en dat gebruikers nood hebben aan heldere, concrete informatie om zelf afwegingen te kunnen maken. Dankzij de feedback van de doelgroep uit het traject ‘Schatten van Vlieg voor families nieuw in België’ (zie ook SD 1 - O.D. 1.3 en SD 2, O.D. 2.2) werden enkele updates doorgevoerd: naast taalgebruik keken we naar vereenvoudiging van de navigatie doorheen de site. Door het toevoegen van nieuwe componenten aan UiTinVlaanderen kunnen we ook voor toekomstige pagina's beter inspelen op gebruikersnoden.

De **inkanteling van demos** betekende binnen OD 2.3 een inhoudelijke versterking. De expertise van demos rond drempels, inclusie en participatie werd in 2025 geïntegreerd in de verdere uitwerking van toegankelijkheidsinformatie. Concreet resulteerde dit in een scherpere blik op de manier waarop drempels worden benoemd, de terminologie die wordt gebruikt en de manier waarop informatie kan bijdragen aan *empowerment* in plaats van uitsluiting. Deze expertise voedt zowel de ontwikkeling van tools als de ondersteuning van het veld.

Ook richting organisatoren en lokale besturen werd in 2025 gewerkt aan **sensibilisering en begeleiding** rond toegankelijkheid. Via vormingen, kennisdeling en praktische richtlijnen werden partners ondersteund om toegankelijkheidsinformatie correct en volledig te registreren en om toegankelijkheid breder te benaderen dan zijn louter fysieke aspecten (zie ook SD 1 - O.D. 1.2).

Tot slot werd in 2025 verder gewerkt aan de **stroomlijning van toegankelijkheidsinformatie en andere participatie-instrumenten**, zoals UiTPAS. Hoewel beide sporen een eigen doelstelling hebben, wordt de samenhang in de publieksreis steeds belangrijker: gebruikers moeten niet alleen weten *wat* er te doen is, maar ook *of* en *hoe* deelname voor hen haalbaar is. Deze integrale benadering versterkt de rol van publiq als aanbieder van betrouwbare en publieksgerichte vrijetijdsinformatie.

Enkele cijfers en realisaties – OD 2.3	
Toegankelijkheidsdata	188 activiteiten met ingevulde toegankelijkheidsinformatie
UiTdatabank	Verdere structurering en verduidelijking van toegankelijkheidsvelden
Publiekskanalen	Doorontwikkeling presentatie van toegankelijkheidsinformatie op UiTinVlaanderen

Inkanteling demos	Integratie expertise rond drempels en inclusie in datamodel en begeleiding
Begeleiding veld	Vormingen en richtlijnen voor organisatoren en lokale besturen
Samenhang instrumenten	Afstemming toegankelijkheidsinformatie met UiTPAS en publiekswerking

OD 2.4 – Vrijetijdsactoren en lokale besturen worden ondersteund in hun aanpak rond participatie, drempelverlaging en inclusie

OD 2.4 werd in 2025 toegevoegd naar aanleiding van de **inkanteling van demos** en betekent een expliciete verbreding van SD 2. Waar de eerdere OD's binnen deze strategische doelstelling voornamelijk focussen op instrumenten en publieksgerichte toepassingen, legt OD 2.4 de nadruk op **ondersteuning, kennisopbouw en versterking van het veld**. Deze OD bouwt voort op bestaande initiatieven, maar brengt ze voor het eerst samen binnen één samenhangend kader.

In 2025 werd ingezet op het **verderzetten en integreren van de kenniswerking rond vrijetijdsparticipatie van kansengroepen** die demos de voorbije jaren heeft uitgebouwd. Deze werking richt zich op lokale besturen en vrijetijdsactoren die in hun dagelijkse praktijk werken met mensen voor wie deelname aan vrije tijd niet vanzelfsprekend is. Door de inkanteling binnen publiq wordt deze kenniswerking **sterker verbonden met instrumenten zoals UiTPAS** en andere initiatieven die inzetten op het informeren en motiveren van burgers over heel Vlaanderen en Brussel, wat de impact en toepasbaarheid vergroot.

De integratie van beide werkingen kreeg in 2025 verder vorm door samen te werken aan een nieuw meerjarenplan en doordat de kenniswerking rond vrijetijdsparticipatie en cultuureducatie naar elkaar toegroeiden. Tegelijkertijd werd de dienstverlening aan de partners in het veld kwaliteitsvol verdergezet via coachings en begeleidingen, het opzetten van vormingen en kennisopbouwtrajecten met het veld en het delen van expertise en goede voorbeelden via demos.be en publiq.be en de respectievelijke nieuwsbrieven.

Door de overgang in 2025 van het monitoringsysteem naar dat van publiq kunnen we geen exacte cijfers presenteren van het **aantal dienstverleningsvragen dat vanuit het veld bij de kenniswerking terechtkwam**. Op tientallen vragen werd ingegaan en er werden meerdere coachings- of begeleidingstrajecten opgezet. Ter illustratie:

- De kenniswerking begeleidde bovenlokale en sectorale trajecten rond participatie en inclusie, zoals het project 'Straten vol Smaak' met cultuur- en welzijnspartners rond toeleiding naar vrije tijd. Daarnaast ondersteunden we organisaties bij het capteren en delen van hun praktijkervaring, zoals een publicatie met MetX naar aanleiding van 25 jaar Fanfakids, gericht op het brede culturele en jeugdveld.
- publiq werd ook gevraagd als expertisepartner in sectorinitiatieven, onder meer op het Docfestival van het Vlaams Audiovisueel Fonds, waar handvatten rond inclusie en participatie werden aangereikt. Begeleidingstrajecten werden opgezet met lokale besturen en partners, zoals de Cultuurraad van Molenbeek en Brusselse gemeenten in het kader van nieuwe cultuurbeleidsplannen.
- Ook in de sportsector werd expertise ingezet. In 2025 werd het begeleidingsproject met sportfederaties rond kansengroepen geëvalueerd en verder vertaald naar ondersteuningsnoden voor een duurzaam inclusief sportbeleid, in samenwerking met

onder meer de Vlaamse Sportfederatie, Sport Vlaanderen en verschillende federaties.

Vanuit de kenniswerking werd een **proactief vormingsaanbod** opgezet. Zo organiseerden we de driedaagse basisvorming *Regie in de vrije tijd en armoede*. Deze vorming biedt deelnemers inzicht in mechanismen van armoede, drempels in vrijetijdsparticipatie en de rol die lokale actoren kunnen opnemen als regisseur en toeleider. De focus ligt daarbij niet op losse acties, maar op duurzame processen en samenwerking op lokaal en bovenlokaal niveau. Daarnaast ging in 2025 tijd naar de uitrol en voorbereiding van een nieuw duurzaam opleidingsaanbod voor de cultuursector rond inclusie: de *School of Common Knowledge*, die in 2026 van start is gegaan. Voor sociaal-sportieve praktijkwerkers werd een driedaagse vorming opgezet.

Kennisdeling en methodiekontwikkeling maken deel uit van onze basisopdracht. Via studiedagen, workshops en uitwisselingsmomenten werden *good practices* gedeeld en vertaald naar concrete handvatten voor het veld. Thema's zoals niet-stigmatiserend werken, *outreach*, partnerschappen met welzijnsactoren en het bereiken van niet-gebruikers kwamen daarbij expliciet aan bod. Deze werking sluit inhoudelijk aan bij eerdere initiatieven, maar kreeg door de inkanteling van demos meer structurele verankering binnen publiq.

Bijzondere aandacht ging in 2025 naar de ondersteuning van de **netwerken vrijetijdsparticipatie**. Het gewijzigde decreet rond de bovenlokale cultuurwerking noopte tot een extra inspanning rond de vorming en ondersteuning van bovenlokale netwerken én tegelijk een voldoende ondersteuning van netwerken die lokaal verderwerken in kader van de overgangsmaatregel. Lokale en bovenlokale netwerken vrijetijdsparticipatie werden ondersteund met expertise, inhoudelijke begeleiding en reflectie over hun rol in een veranderend beleidslandschap. In deze trajecten werd expliciet gezocht naar samenhang tussen verschillende instrumenten en actoren, met aandacht voor de rolverdeling tussen lokale besturen, intergemeentelijke samenwerkingen en Vlaamse initiatieven. publiq begeleidde in 2025 acht intergemeentelijke samenwerkingen rechstreeks bij in hun bovenlokale netwerkvorming. Daarnaast ondersteunden we in de tweede lijn een vijftigtal lokale besturen in de vorming van hun netwerk vrijetijdsparticipatie op lokaal niveau.

Tot slot werd in 2025 gestart met de **voorbereiding van een online kennisomgeving** waarin methodieken, inzichten en praktijkervaringen rond participatie en drempelverlaging toegankelijk worden samengebracht. Deze voorbereiding bouwt voort op bestaand materiaal van demos en publiq en vormt de basis voor verdere ontsluiting de komende jaren. Hiermee onderstreept publiq haar ambitie om niet alleen instrumenten aan te bieden, maar ook duurzame kennisinfrastructuur te ontwikkelen ten dienste van het vrijetijdsveld.

Enkele cijfers en realisaties – OD 2.4	
Vorming	Driedaagse basisvorming *Regie in de vrije tijd en armoede;* uitwerking van de *School of common Knowledge* als duurzaam opleidingsaanbod voor de cultuursector rond inclusie
Kennisdeling	86 studiedagen, workshops en uitwisselingsmomenten rond participatie Driedaagse basisvorming Regie in de vrije tijd en armoede • Leertraject & publicatie Schatten van Vlieg voor families nieuw in België
Ondersteuning veld	Begeleiding van lokale besturen en vrijetijdsactoren

Netwerken vrijetijdsparticipatie	We bereikten tussen 170 en 180 lokale besturen rond de opdracht inzake netwerken vrijetijdsparticipatie. Daarvan konden 8 bovenlokale netwerken vrijetijdsparticipatie (samen 90 lokale besturen) en 32 lokale netwerken rekenen op inhoudelijke begeleiding van publiq
Kennisinfrastructuur	Voorbereiding online kennisomgeving rond participatie en inclusie in de vrije tijd

SD 3 – publiq levert een actieve bijdrage aan de digitalisering van de Vlaamse cultuursector, die leidt tot verbreding en verdieping van de cultuurparticipatie

OD 3.1 – publiq ondersteunt de implementatie van de OSLO-uitwisselingsstandaard voor cultuurparticipatie

In 2025 bleef publiq inzetten op de **doorontwikkeling en optimalisatie van het UiTwisselingsplatform**, de centrale infrastructuur voor het delen van data binnen de sector. De OSLO-standaard is daarbij een cruciale factor om data uit te wisselen, interoperabiliteit te vrijwaren en *use cases* te realiseren. In 2025 werd er dus vooral aandacht besteed aan deze *use cases*, waarbij de focus verschoof van puur de realisatie van een standaard naar de uitbouw van deze concrete toepassingen en de extra functionaliteiten die dienden te worden toegevoegd voor realisatie. Deze omslag werd mede mogelijk gemaakt door EFRO-middelen in co-financiering vanuit het project ‘Data Spaces, Audience Data’.

Qua **extra functionaliteiten** werd bijvoorbeeld de zoekengine Fuseki verder geoptimaliseerd voor het bevragen van Linked Data (data in de OSLO-standaard). Daarnaast werden verbeteringen aangebracht aan het *secret management* en werd de JOSDK-component geüpgraded. We werkten aan een analytische output-poort naast de Linked Data output-poort, die nodig was voor sommige *use cases*. Net deze complementariteit maakt het platform krachtig: de mogelijkheid om de juiste technologie in te zetten voor de juiste *use cases*.

Op **legal vlak** werd het inzetten van het UiTwisselingsplatform en de data in de OSLO-standaarden die zich op het platform bevinden getoetst aan de geldende Europese regelgeving (GDPR, Data Act, Data Governance Act, ...) en werd na een juridische analyse een *design* gemaakt met functionaliteiten om het toegangsbeheer van dataproducten op het UiTwisselingsplatform te kunnen configureren. Dit om beter tegemoet te komen aan noden van *use cases* maar ook om nog optimaler tegemoet te komen aan deze wetgeving.

Een belangrijke realisatie in 2025 was de **integratie tussen UiTdatabank en het Verenigingsregister.** Via het Verenigingsloket kunnen verenigingen hun organisatie koppelen aan beide databanken, waarna deze koppeling beheerd kan worden via beide platformen. Deze gelinkte organisaties worden vervolgens ontsloten via het UiTwisselingsplatform, waardoor informatie uit beide bronnen kan worden gecombineerd.

Enkele cijfers en realisaties – OD 3.1	
Aanbod UiTwisselingsplatform	10 organisaties bieden 42 data-producten aan in 8 domeinen (o.a. activiteiten, participaties, infrastructuur).

Integraties	Koppeling gerealiseerd tussen UiTdatabank en het Verenigingsregister via het Verenigingsloket
Technische optimalisatie	Implementatie Clickhouse, optimalisatie Fuseki en upgrade JOSDK
Legal Compliance	Zowel de uitbating van het UiTwisselingsplatform als het veilig en gecontroleerd kunnen delen van gegevens werden juridisch geanalyseerd en aangepakt om in regel te stellen met het geldend wetgevend kader

OD 3.2 – publiq draagt actief bij aan het tot stand komen en uitvoeren van het (Ontwerp)programma Digitale Transformatie

Naast de doorontwikkeling van het UiTwisselingsplatform continueerde publiq in 2025 (Actie 3 uit het Ontwerpprogramma) haar actieve rol binnen het Ontwerprogramma Digitale Transformatie. Een belangrijk accent lag op het vormgeven van een **waardenkader voor digitalisering** (Actie 32 uit het Ontwerpprogramma). Onder begeleiding van VUB/SMIT werd een traject doorlopen dat resulteerde in een rapport met inzichten en conclusies over waardegedreven digitalisering. Deze inzichten werden gedeeld op het publiqForum, gekoppeld aan concrete praktijkvoorbeelden vanuit publiq zoals het gebruik van Europese AI en de switch van Whatsapp naar Signal.

Daarnaast werd in het kader van **Solid4Media** een onderzoeksproject opgezet rond ‘Media en Cultuur’. Samen met partners als Athumi, VRT en Cultuurconnect werd onderzoek gedaan naar **gedeelde smaakprofielen** tussen VRT, Museumpas en bibliotheken. Het doel hiervan is om gebruikers beter te gidsen naar relevante content en zo ontdekking en verdieping te stimuleren. De resultaten van dit traject worden verwacht in het voorjaar van 2026. Dit project kadert in de ambitie om meer **op maat te communiceren** (SD1, OD2 uit het Ontwerpprogramma en Actie 2: ontwikkelen van een cultuurprofiel).

In het kader van die doelstelling werd ook **een visienota rond ‘Radar**’ neergeschreven, een AI-gedreven systeem dat de data van publiq kan verrijken en meer efficiënt ontsluiten naar de eindgebruiker (Actie 24: Optimaliseren van culturele processen door het toepassen van AI). Bovendien is het een aanpak die minder afhankelijk is van uitgebreide gebruikersprofielen en dus privacyvriendelijker werkt. Naast de visienota werd de onderliggende infrastructuur gebouwd en werd een eerste *use case* rond automatische verrijking van filmactiviteiten geïmplementeerd die de basis legt voor geoptimaliseerde aanbevelingen op vlak van films.

Verder ging publiq actief in gesprek met het veld om de noden rond publieksdata in kaart te brengen in het kader van de doelstelling om het publiek beter te kennen (SD1, OD1 uit het Ontwerpprogramma en Actie 4: ontwikkelen van een Publieksvinder). Via **tien diepte-interviews** met cultuurhuizen en musea werd gepeild naar de potentiële meerwaarde van een Publieksvinder, mede ondersteund door EFRO-middelen. Ook met lokale overheden, zoals Nazareth-De Pinte en IGS Druivenstreek, vonden gesprekken plaats over het verzamelen en analyseren van participatiedata.

Tot slot participeert publiq volop in het Programmabureau georganiseerd door CJM, en stelt actief zaken voor die mee kunnen worden opgenomen binnen de digitale transformatie, op breed niveau; van bouwstenen tot *best practices*.

Enkele cijfers en realisaties – OD 3.2	
Waardenkader Digitalisering	Oplevering rapport i.s.m. VUB/SMIT en kennisdeling tijdens sessie ‘Waardengedreven digitaliseren’ op publiqForum
Onderzoek Solid4Media	Opstart onderzoeksproject naar gedeelde smaakprofielen i.s.m. Athumi, VRT en Cultuurconnect
Onderzoek gebruikersnoden	10 diepte-interviews met cultuurhuizen en musea rond publieksdata waarna via vibe-coding een interne POC werd gebouwd waarbij participatiedata werden gecombineerd met statistische demografische data
Visie en Infrastructuur Radar	Radar is een AI-gedreven systeem dat de data van publiq verrijkt en gerichter kan ontsluiten dankzij opgezette geautomatiseerde processen

OD 3.3 – publiq versterkt haar Europees netwerk, profileert zich als voorloper op het vlak van participatiedata en zoekt naar samenwerkingen met buitenlandse partners

Ook in 2025 bleef publiq zich internationaal profileren als expert in publieksdata. We gaven verder vorm aan de toekomstplannen van de **European Audience Data Alliance** en namen deel aan conferenties in Kopenhagen, Brussel en Aarhus om internationale expertise uit te wisselen en samenwerkingen te onderzoeken. Daarnaast werkten we mee aan projectdossiers voor Europese subsidiëring via Creative Europe en COST.

In samenwerking met het departement CJM organiseerde publiq twee bijeenkomsten van het **EU Policy Forum on Data Driven Audience Development**. Dit forum is een vervolg op het ‘Ghent Manifesto’ uit 2024. De bijeenkomsten in 2025 vormden de basis voor een *policy paper* die in 2026 zal worden gefinaliseerd en gepubliceerd.

Enkele cijfers en realisaties – OD 3.3	
Internationaal netwerk	Deelname aan European Audience Data Alliance conferenties (Kopenhagen, Brussel, Aarhus) en betrokkenheid bij indiening dossiers Creative Europe en COST
Beleidsvoorbereiding	Organisatie van 2 bijeenkomsten van het EU Policy Forum ter voorbereiding van policy paper (release 2026)

OD 3.4 – publiq deelt informatie, kennis en inzichten met de partners in haar netwerk en draagt zo bij tot het verhogen van de digitale maturiteit van de sector

In 2025 zette publiq sterk in op het verhogen van de digitale maturiteit van de sector door **kennisdeling en gerichte ondersteuning**. Een deel van de succesvolle acties uit 2024

werd gecontinueerd en vernieuwd, waaronder de nieuwjaarsmailing naar het UiTnetwerk en contentmarketing gericht op digitalisering.

Specifiek rond het delen van data organiseerden we, met ondersteuning van aanvullende EFRO-middelen, een **webinar** en publiceerden we vier **kennisartikels** over de meerwaarde van het UiTwisselingsplatform. Daarnaast begeleidden we lokale besturen intensief via **mini-audits vrijetijdscommunicatie**, waarbij data en inzichten werden gebruikt om de communicatie beter in te richten.

Ook rond UiTPAS werd ingezet op datageletterdheid. We organiseerden een webinar over **datagedreven UiTPAS-marketing** en begeleidden een lokaal bestuur in een traject rond datagedreven UiTPAS-strategie. Op het publiqForum van december 2025 stonden drie sessies in het teken van data en digitalisering, waaronder een sessie over datagedreven cultuurbeleid. Tot slot werd structureel informatie uitgewisseld met **Hub-C** en maakten we wederzijds promotie voor kennisevents rond digitalisering.

Enkele cijfers en realisaties – OD 3.4	
Kennisdeling UiTwisselingsplatform	1 webinar en 4 kennisartikels rond datadeling (EFRO)
Begeleiding op maat	3 mini-audits vrijetijdscommunicatie bij lokale besturen en 1 begeleidingstraject datagedreven UiTPAS-strategie
Webinars & Opleiding	Webinars ‘Starten met slimme vrijetijdscommunicatie’ en ‘Datagedreven UiTPAS marketing’
publiqForum	3 sessies georganiseerd rond data en digitalisering
Partnerschappen	Structurele uitwisseling en kruisbestuiving met Hub-C

SD 4 – De expertise op het vlak van cultuureducatie in het ruime cultuureducatieve veld is verhoogd

OD 4.1 – Er wordt actuele kennis en inspiratie over cultuureducatie verzameld en ontsloten via online content en evenementen, met aandacht voor de kinderen- en jongerenwerking van cultuureducatieve actoren

Ook in 2025 brachten we met de **Roadtrip Cultuureducatie** professionals uit het cultuureducatieve veld samen rond drie actuele thema’s, telkens in nauwe samenwerking met partners uit het veld: creatieve werkvormen ter versterking van **burgerschapsvaardigheden** (i.s.m. Hogeschool VIVES), **Teaching Artistry** als vernieuwend concept (i.s.m. Creatief Schrijven, De Federatie en OPENDOEK) en het belang van cultuur voor de **allerjongsten** (i.s.m. Lasso).

Met deze roadtripevents speelden we in op concrete noden binnen het veld, met bijzondere aandacht voor de **doelgroep kinderen en jongeren**. Vertrekkend vanuit onderzoeksinzichten gingen we na hoe artistieke werkvormen kunnen bijdragen aan het

bespreekbaar maken van maatschappelijke thema's met jongeren. We verkenden wat het internationale concept Teaching Artistry kan betekenen voor het cultuureducatieve veld en de samenwerking met het onderwijs. Daarnaast bundelden en deelden we expertise rond een specifieke doelgroep, namelijk de allerjongsten.

Met de drie roadtripevents bereikten we 83 organisaties en versterkten 142 deelnemers. De deelnemers waren verspreid over verschillende sectoren: 53% cultuur, 8% jeugd, 12% onderwijs en onderzoek, 4% welzijn, 13% bovenbouw en beleid en 10% andere sectoren. De waardering voor deze kennisdeling was bijzonder hoog, met een NPS-score van 92.

Enkele reacties van deelnemers illustreren de impact:

- "*Ik ga nog eens door de volledige inspiratiegids en neem ook de verschillende praktijkvoorbeelden ter harte. Ik denk na over hoe ik meer de verbinding met onderwijs kan leggen en op welke manier ik democratischer verschillende jongeren kan betrekken bij de werking*." - Roadtripevent 1
- "*Het was een erg cross-sectorale dag. De brede waaier aan achtergronden van deelnemers maakte het erg boeiend. De plenaire lezingen waren zeer interessant en de groepsgrootte was perfect*." - Roadtripevent 2
- "I*k heb het nodig om niet alleen te 'doen', maar ook te weten waarom. Dat is een vuur dat af en toe moet worden aangewakkerd. De keynote en het enthousiasme van anderen deden me deugd*." - Roadtripevent 3

Naast de Roadtrip Cultuureducatie organiseerden we specifieke kennisevenementen vanuit opportuniteiten:

- Een online kennisevent over **intergenerationeel leren** in en door cultuur, goed voor 84 deelnemers. Daarbij werd een inhoudelijke link gelegd met de **B2C-campagnes van publiq**, met name Schatten van Vlieg en Kunstendag voor Kinderen.
- In samenwerking met de Vrije Universiteit Brussel, nodigden we de **Britse onderzoeker Eleonora Belfiore** uit voor een kennisevent rond de prominente rol van (kwantitatieve) impactmetingen in het debat over de waarde van cultuur. Met deze activiteit versterkten we de expertise van 51 deelnemers **op het kruispunt van beleid, onderzoek en praktijk**.
- Daarnaast waren we partner van **Dig it Up**, de jaarlijkse inspiratiedag rond digitale cultuureducatie van Mediawijs, waaraan we inhoudelijk, communicatief en logistiek bijdroegen.

In 2025 zetten we onze rol verder in het **vormingstraject** *Hoe zet je kunst en erfgoed in voor welzijn? Vijf methodieken voor verbinding*, in samenwerking met Huis van Alijn, FARO en TOON. Met dit traject versterkten we zowel cultuur- als welzijnswerkers met kennis en praktische handvatten om verschillende (erfgoed)**methodieken doelgericht in te zetten binnen welzijnscontexten.**

Tot slot publiceerden we ook **20 nieuwe kennisitems** op de website van publiq. Deze artikels belichten inspirerende praktijkvoorbeelden, bundelen onderzoeksinzichten en brengen verslag uit van onze kennisevenementen. De kennis en inspiratie worden maandelijks verspreid via de nieuwsbrief cultuureducatie naar meer dan 2450 professionals.

Enkele cijfers en realisaties – OD 4.1	
Roadtrip Cultuureducatie	3 roadtripevents rond burgerschapsvaardigheden, Teaching Artistry en cultuur voor de allerjongsten

Bereik Roadtrip	83 organisaties • 142 deelnemers
Sectorale spreiding	53% cultuur • 8% jeugd • 12% onderwijs & onderzoek • 4% welzijn • 13% bovenbouw & beleid • 10% andere
Waardering	NPS-score 92
Kennisevents	Online event intergenerationeel leren (84 deelnemers) • Kennisevent met Eleonora Belfiore (51 deelnemers)
Partnerschappen	Samenwerking met VIVES, Creatief Schrijven, De Federatie, OPENDOEK, Lasso, VUB, Mediawijs, Huis van Alijn, FARO, …
Vormingstrajecten	Traject *Hoe zet je kunst en erfgoed in voor welzijn?* voor cultuur- en welzijnswerkers
Sectorbijdrage	Inhoudelijke, communicatieve en logistieke bijdrage aan Dig it Up (Mediawijs)
Kennispublicaties	20 nieuwe kennisitems op publiq.be
Nieuwsbrief	Nieuwsbrief cultuureducatie naar > 2.450 professionals

OD 4.2 Het leden-netwerk Vitamine C is een actief platform voor uitwisseling rond cultuureducatie, over de beleidsdomeinen Cultuur, Jeugd en Media heen

Het Netwerk Vitamine C was in 2025 een **actief platform voor uitwisseling en kennisdeling rond cultuureducatie**. Het netwerk werd versterkt met **7 nieuwe radars**. De nadruk lag dit jaar minder op verdere uitbreiding en meer op **verdieping, via het bevragen van de bestaande leden** in het kader van het nieuwe meerjarenplan voor 2026-2030.

Daarnaast organiseerden we twee **netwerkontmoetingen**, exclusief voor radars, waarbij ontmoeting en netwerking centraal stonden. In januari vond een live **nieuwjaarsontmoeting** plaats om het nieuwe werkjaar te starten. Tijdens deze bijeenkomst stond het bemiddelen van gevoelige thema's en confronterende beelden centraal (44 deelnemers, NPS: 100). In mei volgde een **werksessie** met leden van het netwerk, gericht op reflectie over de rol en toekomst van Vitamine C en het betrekken van de radars in de beleidsplannen van publiq.

Enkele cijfers en realisaties – OD 4.2	
Netwerkontwikkeling	7 nieuwe radars sloten aan bij het netwerk Vitamine C
Strategische focus	Bevraging bestaande leden in functie van meerjarenplan 26–30
Netwerkmomenten	2 exclusieve ontmoetingen voor radars (nieuwjaarsontmoeting en werksessie)
Deelname	44 deelnemers aan nieuwjaarsontmoeting
Inhoudelijke thema's	Bemiddelen van gevoelige thema's en beelden •

	toekomst en rol van Vitamine C
Participatie beleid	Actieve betrokkenheid radars bij reflectie beleidsplannen publiq

FD 1 – publiq vzw werkt volgens het principe van een deugdelijk en maatschappelijk betrokken bestuur en dito bedrijfsvoering

FD 1.1 – publiq onderhoudt een actieve relatie met haar stakeholders, gaat met hen in dialoog en zoekt naar mogelijkheden voor samenwerking

In 2025 bleef het onderhouden en verdiepen van relaties met haar stakeholders belangrijk voor publiq. We positioneren ons als verbindende speler tussen beleid, veld en publiek. **Dialoog, afstemming en samenwerking** vormen daarbij geen bijkomende activiteit, maar een structureel onderdeel van de werking. Voortbouwend op de aanpak van 2024 werd in 2025 ingezet op continuïteit, transparantie en verbreding van het netwerk, onder meer door de inkanteling van demos.

1. **De relatie met de Vlaamse Overheid als belangrijkste subsidiënt**

De relatie met de Vlaamse Overheid bleef in 2025 een **centrale pijler** binnen FD 1.1. Naast de formele opvolging van de beheersovereenkomst was er regelmatig inhoudelijke afstemming en toegankelijke dialoog.

In het kader van de beleidskeuzes van de nieuwe minister en ter voorbereiding van de nieuwe beheersovereenkomst 2026-2030 werd uitvoerig gesproken met de kabinetten Cultuur, Jeugd en Sport, de departementen CJM, Sport Vlaanderen, AGII, Digitaal Vlaanderen, Agentschap Binnenlands Bestuur en Departement Onderwijs, over de toekomst van publiq en haar kerninstrumenten. Ook rond UiTPAS werd uitvoerig overlegd (*zie infra*).

Daarnaast werd intensief afgestemd rond de trajecten in het kader van **digitalisering** (deelname Programmabureau en aparte meetings rond opportuniteiten, cockpitoverleg UiTwisselingsplatform, ...) en rond de impact van het BOA-decreet en wat publiq daarin kan betekenen voor het veld en lokale besturen. Deze gesprekken gingen niet alleen over uitvoering, maar ook over rolverdeling en toekomstgerichte positionering.

Via overlegmomenten en voortgangsrapportering werd de overheid niet alleen geïnformeerd over resultaten, maar ook actief betrokken bij strategische reflecties en toekomstscenario's.

2. **De relatie met stakeholders in het kader van UiTPAS: permanente dialoog en grondige evaluatie**

Binnen het UiTPAS-netwerk was er ook in 2025 **permanente dialoog** met lokale besturen en regio's. De verdere uitbreiding van UiTPAS naar bijkomende gemeenten en de impact van de referentie-regio's mondden uit in intensieve begeleidingstrajecten en afstemming rond implementatie en communicatie.

Met de Vlaamse Overheid werd het gesprek aangegaan over **ambities en uitdagingen op lange termijn**, waaronder betaalbaarheid, schaalbaarheid, structurele verankering bij lokale besturen en de verhouding tussen Vlaamse en lokale middelen. UiTPAS kwam in 2025 ook

aan bod in de Commissie Cultuur van het Vlaams Parlement, wat de kansen, uitdagingen, het belang en de zichtbaarheid van het instrument onderstreepte.

Met UiTPAS-gemeenten en -regio's werd het overleg structureel georganiseerd via verschillende kanalen. Lokale besturen kunnen terecht bij een **vaste contactpersoon** binnen publiq voor advies en ondersteuning. Daarnaast werden drie adviesgroepen georganiseerd waarin UiTPAS-coördinatoren input gaven over noden en uitdagingen in het veld. Via de UiTPAS Academy (9 sessies) werden medewerkers van lokale besturen verder ondersteund in het gebruik van UiTPAS. Ook vonden dialoog- en infosessies plaats over de technische roadmap, productoptimalisaties en campagnes, onder meer rond de nieuwe UiTPAS-huisstijl, de boekencheque-campagne en updates aan de spaarzuilen.

Feedback uit het veld over gebruiksvriendelijkheid, administratieve processen en digitalisering werden systematisch opgevolgd en waar mogelijk vertaald in concrete verbeteringen, zoals de verdere uitrol van online aanvraagmogelijkheden. Deze wisselwerking bekrachtigt dat UiTPAS een instrument is dat samen met het veld wordt ontwikkeld en continu verfijnd.

3. De relatie met de bovenbouw in de vrijetijdssector

publiq bleef in 2025 investeren in **structurele contacten met de culturele bovenbouw**. Via overleg en gezamenlijke trajecten werd afgestemd over Horizon 2035, de rol van de bovenbouw, kennisuitwisseling, publieksbereik, data, participatie en digitalisering. publiq fungeert daarbij als gesprekspartner rond gedeelde vraagstukken zoals zichtbaarheid van aanbod en drempelverlaging.

Deze relatie is wederkerig: signalen en noden uit de sector worden meegenomen in de verdere ontwikkeling van instrumenten en platformen.

Vanuit onze transversale rol over beleidsdomeinen heen, vinden deze contacten ook plaats op vlak van jeugd en sport. Denk daarbij aan Bataljong, de Ambrassade, Sportieq, ...

4. De relatie met organisatoren, intermediairen en lokale besturen binnen het brede cultuur- en vrijetijdsveld

Naast structurele partners onderhoudt publiq een directe relatie met organisatoren, intermediairen en lokale besturen. In 2025 kreeg deze relatie concreet vorm via ondersteuning rond de UiTdatabank, begeleiding bij het gebruik van UiTPAS en deelname aan vormingen en netwerkmomenten.

Trajecten rond gedeeld eigenaarschap, validatie en datakwaliteit in de UiTdatabank kwamen tot stand in nauwe samenwerking met invoerders en lokale beheerders. Door feedback structureel te capteren en te verwerken, blijft de infrastructuur afgestemd op de noden van het veld.

5. De relatie met de kernspelers digitalisering

In 2025 werd ook de relatie met **kernspelers op het vlak van digitalisering** (Cultuurconnect en meemoo) verder uitgebouwd. publiq nam deel aan overleg en trajecten rond standaarden, interoperabiliteit en datadeling. Deze partnerschappen versterken de positie van publiq als publieke digitale infrastructuurspeler en hangen nauw samen met de verdere ontwikkeling van platformen en systemen, zoals toegelicht in de volgende functionele doelstelling.

6. Nieuwe relaties en verbreding door de inkanteling van demos

De inkanteling van demos in 2025 bracht een duidelijke **verbreding van het stakeholderlandschap** met zich mee. Nieuwe relaties met organisaties die werken rond armoede, participatie en inclusie in zowel cultuur, jeugd als sport werden geïntegreerd in de werking van publiq. Dit leidde tot intensievere contacten met participatieve praktijken in de vrije tijd, met welzijnsactoren, bovenlokale netwerken vrijetijdsparticipatie en kennispartners.

Door kennis en netwerken samen te brengen, wordt samenwerking over beleidsdomeinen heen gestimuleerd en wordt de maatschappelijke inbedding van instrumenten zoals UiTPAS versterkt.

Enkele cijfers en realisaties – FD 1.1	
Overleg Vlaamse Overheid	Structurele afstemming in het kader van UiTPAS, BOA, lopende BHO en voorbereiding BHO 26–30
UiTPAS-netwerk	162 aangesloten steden en gemeenten • begeleidingstrajecten nieuwe regio's
Culturele bovenbouw	Structureel overleg en gezamenlijke trajecten rond publieksbereik
Relatie organisatoren & lokale besturen	Ondersteuning UiTdatabank • begeleiding validatie en datakwaliteit
Digitaliseringspartners	Deelname aan standaarden- en interoperabiliteitstrajecten
Inkanteling demos	Integratie nieuwe netwerken rond participatie en inclusie

FD 1.2 – In de ontwikkeling van ons instrumentarium gaan we uit van de principes uit de visienota 'Naar een slagkrachtige cultuursector in digitale tijden' rond gedeelde data, collectieve digitale infrastructuur, maximale meerwaarde en publieke waarde

In 2025 bleef publiq haar instrumentarium ontwikkelen vanuit de principes van gedeelde data, collectieve digitale infrastructuur, maximale meerwaarde en publieke waarde, zoals verankerd in de visienota *'Naar een slagkrachtige cultuursector in digitale tijden'*. Deze principes vormen een richtinggevend kader bij strategische keuzes rond digitalisering, data, innovatie en kanaalgebruik. Daarbij **werkte publiq actief mee aan de input, discussie en reflectie rond een nieuwe visienota** *'Van digitale kloof naar digitale verbinding: beleidsprincipes voor een inclusieve cultuursector'* die vanuit het beleid werd geïnitieerd waarin nieuwe principes de basis vormen voor de latere meerjarenplannen van de digitale kernspelers, waaronder publiq.

Blijvende aandacht ging naar het **versterken van de UiTdatabank als gedeelde basisinfrastructuur** en naar het bevorderen van hergebruik van data via API's en koppelingen. Interoperabiliteit en standaardisering bleven belangrijke aandachtspunten, zodat data niet versnipperd raken en partners maximaal kunnen aansluiten op een gemeenschappelijke digitale ruggengraat. Hierbij wordt telkens getoetst aan het principe van **collectieve meerwaarde**: investeringen moeten het hele veld ten goede komen en niet leiden tot parallelle, versnipperde oplossingen.

Het principe van publieke waarde kreeg in 2025 bijzondere aandacht in het debat rond **sociale media-platformen (en breder 'big tech')**. Na de interne analyse die in 2024 werd voorbereid, werd het gebruik van commerciële platformen kritisch geëvalueerd in het licht van autonomie, databezit, transparantie en afhankelijkheid. publiq koos niet voor een radicale terugtrekking, maar voor een **bewuster en strategischer gebruik van deze kanalen**, met aandacht voor alternatieven en voor het versterken van eigen platformen waar mogelijk. Op het publiqForum gaven we aan het veld een inkijk in dit traject.

Daarnaast werd in 2025 een **intern transversaal traject rond artificiële intelligentie (AI)** opgestart. Dit traject combineert **innovatie met ethische reflectie**. Enerzijds wordt onderzocht hoe AI kan bijdragen aan efficiëntie, kwaliteitsverbetering en nieuwe mogelijkheden binnen producten en diensten, platformontwikkeling, interne processen en kennisdeling. Anderzijds worden duidelijke kaders ontwikkeld rond verantwoord gebruik, transparantie, privacy, auteurschap en dataveiligheid, in lijn met de AI Act en de publieke opdracht van publiq.

Het traject omvat verschillende sporen, waaronder toepassingen in producten en platform, automatisering van interne processen, experimenten binnen teams en reflectie over de rol van publiq richting het bredere veld. De **aanstelling van een transversaal AI-lead-team** ondersteunt de coördinatie en kennisdeling over deze initiatieven heen. In 2026 zal dit traject verder geconcretiseerd worden en uitmonden in een AI-kompas dat zowel intern als naar het veld toe houvast kan bieden bij een doordachte inzet van AI-toepassingen.

Onze **blijvende deelname aan het Programmabureau** zorgt voor maximale afstemming en samenwerking met de andere digitale kernspelers (Cultuurconnect en meemoo), Digitaal Vlaanderen en CJM.

Enkele cijfers en realisaties – FD 1.2	
Gedeelde infrastructuur	Verdere versterking UiTdatabank als centrale data-infrastructuur
Interoperabiliteit	Deelname aan standaarden- en datadelingstrajecten
Sociale media-strategie	Evaluatie en bijsturing gebruik commerciële platformen in functie van publieke waarde
AI-traject	Opstart transversaal AI-traject • ontwikkeling AI-kompas (oplevering voorzien 2026)
Programmabureau	Structurering en prioritering van digitale ontwikkeltrajecten

FD 1.3 – publiq volgt maatschappelijke ontwikkelingen en technologische trends en past haar producten en projecten hierop aan

In 2025 bleef publiq maatschappelijke ontwikkelingen en technologische trends actief monitoren en vertalen naar haar werking. Deze doelstelling werd expliciet versterkt door het intensieve traject ter voorbereiding van het meerjarenplan 2026-2030. Dat traject was niet louter een beleidsmatige oefening, maar **een grondige reflectie op de veranderende samenleving**, het veld en de rol van publiq daarin.

In het kader van deze visievorming werden **uitgebreide contextanalyses** gemaakt rond demografische evoluties, vergrijzing en superdiversiteit, de blijvende participatiekloof,

toenemende tijdsdruk, veranderende participatievormen, digitalisering en de machtspositie van *big tech*, groeiende mentale kwetsbaarheid en het belang van vertrouwen, publieke waarde en digitale inclusie. Deze analyses vormden niet alleen input voor het nieuwe meerjarenplan, maar daagden de organisatie ook uit om haar instrumenten, merken en kenniswerking kritisch te toetsen aan deze realiteit.

Parallel organiseerde publiq in 2025 **drie interne inhoudelijke reflectiemomenten** rond actuele maatschappelijke thema's. Het eerste 'eitje' behandelde de **sociologie van de tijd** met Ignace Glorieux en verkende hoe veranderende tijdsstructuren invloed hebben op vrijetijdsgedrag. Een tweede sessie focuste op **informatieoverload**, met Ignaas Devisch, en de impact daarvan op keuzeprocessen en publieksbeleving. Het derde moment zoomde in op **de macht van *big tech***, begeleid door interne specialisten, en bracht vragen rond platformafhankelijkheid, algoritmische sturing en digitale soevereiniteit scherp in beeld. Deze inzichten vonden hun weg naar redactionele keuzes, kanaalstrategie en positionering.

Merkbevragingen, gebruikersonderzoeken, evaluaties, focusgroepen en data-analyses geven ons inzicht in de manier waarop verschillende doelgroepen **–** van jongeren tot gezinnen, van lokale besturen tot organisatoren **–** zich bewegen in een veranderende samenleving. Deze kennis helpt om producten, communicatie en dienstverlening beter af te stemmen op noden en verwachtingen. Zo blijft publiq met beide voeten in de samenleving staan en kunnen we *futureproof* werken.

Technologische trends kregen in 2025 bijzondere aandacht. In lijn met de platformvisie werd nagedacht over **personalisatie, interoperabiliteit, cybersecurity, digitale inclusie en het vermijden van afhankelijkheid van dominante commerciële spelers.** Daarnaast werd een transversaal intern team opgestart rond artificiële intelligentie, zoals beschreven in FD 1.2. Dit team onderzoekt hoe AI-toepassingen innovatie kunnen stimuleren binnen redactie, analyse en platformontwikkeling, met expliciete aandacht voor ethiek, transparantie en publieke waarde.

De **inkanteling van demos** in 2025 zorgde daarbij voor een sterke inhoudelijke én methodische kruisbestuiving. Inhoudelijk werd de expertise rond participatie, armoede, inclusie en democratische waarden geïntegreerd in bredere strategische reflecties. Methodisch bracht demos **werkvormen binnen rond kennisdeling, lerende netwerken, dialoogtafels en participatieve besluitvorming**. Deze werkvormen versterken niet alleen de interne strategievorming, maar stralen ook uit naar het netwerk van partners en lokale besturen.

Door maatschappelijke en technologische evoluties structureel te agenderen, te analyseren en te vertalen naar concrete keuzes in producten, merken en kenniswerking, bevestigt publiq haar ambitie om **wendbaar en relevant te blijven in een snel veranderende context**. FD 1.3 onderstreept zo dat toekomstgericht werken geen bijkomstigheid is, maar een integraal onderdeel van de organisatiecultuur.

Enkele cijfers en realisaties – FD 1.3	
Maatschappelijke reflectie	3 inhoudelijke 'eitjes' rond sociologie van de tijd, informatieoverload en macht van big tech
Visieontwikkeling	Contextanalyses en visieoefeningen in kader van meerjarenplan 2026-2030
Onderzoek	Merkbevragingen • gebruikersonderzoeken • focusgroepen • evaluaties

Technologische opvolging	Reflectie rond AI, personalisatie, digitale soevereiniteit en inclusie
AI-traject	Opstart intern AI-team (cf. FD 1.2)
Inkanteling demos	Integratie expertise en participatieve werkvormen in strategische processen

FD 1.4 – De diversiteit van de samenleving wordt op een inclusieve manier verankerd in de werking van publiq (personeel, producten & diensten, …)

In 2025 bleef publiq inzetten op het **structureel verankeren van diversiteit en inclusie in haar werking**. Deze doelstelling beperkt zich niet tot personeelsbeleid, maar raakt aan de volledige organisatie: van producten en diensten tot kenniswerking, communicatie en partnerschappen. Inclusie wordt daarbij benaderd als een **continue opdracht**, niet als een afgerond traject.

Een belangrijke erkenning in 2025 was het diversiteitslabel dat publiq ontving naar aanleiding van het **traject met Actiris, gericht op inclusief werkgeverschap en diversiteit op de werkvloer.** Deze erkenning bevestigt dat er de voorbije jaren doelgericht werd gewerkt aan een inclusiever HR-beleid, met aandacht voor instroom, begeleiding en duurzame tewerkstelling. **Tegelijk blijft dit een aandachtspunt**: de samenstelling van het team evolueert naar meer diversiteit, zowel in vaste medewerkers als in stagestudenten, maar er is blijvend groeipotentieel.

De **inkanteling van demos in 2025 betekende op dit vlak een duidelijke versterking**. Naast inhoudelijke expertise rond armoede, participatie en inclusie bracht demos ook een uitgesproken waardenkader en methodiek binnen. Werkvormen rond participatie, dialoog en gedeelde besluitvorming kregen hierdoor meer structurele plaats binnen de organisatie. Deze kruisbestuiving zorgt ervoor dat inclusie niet enkel thematisch wordt behandeld, maar ook organisatorisch wordt beleefd.

Een concreet voorbeeld van deze geïntegreerde aanpak is het project **Schatten van Vlieg voor families nieuw in België**, dat in 2025 werd gerealiseerd met ondersteuning van de Nationale Loterij. In dit traject werd intern transversaal samengewerkt tussen het marketing- en publiekswerkingsteam en het kenniswerkingsteam, in dialoog met externe specialisten. Daarbij werd gekeken naar verschillende dimensies van toegankelijkheid voor nieuwkomers: communicatie, taal, beeldvorming, toeleiding en samenwerking met lokale partners. Het project beperkte zich niet tot eigen werking, maar nam ook organisaties in het veld mee in dit leerproces. De ontwikkeling van een praktische *toolkit*, die in 2026 verder zal worden verspreid onder honderden organisaties, versterkt de impact en draagt bij aan duurzame kennisdeling rond inclusieve publiekswerking.

Ook in **producten en diensten wordt diversiteit expliciet** meegenomen. Bij de verdere ontwikkeling van UiTPAS, de UiTdatabank en redactionele kanalen wordt aandacht besteed aan niet-stigmatiserende taal, representatie en toegankelijkheid. De integratie van kennis rond drempels, participatie en inclusie in het bredere instrumentarium versterkt de maatschappelijke relevantie van publiq.

Het **programma van publiqForum 2025** onderstreepte deze ambitie expliciet. Thema's zoals waardengedreven digitalisering en democratische digitale ruimtes, inclusieve vrijetijdscommunicatie en -participatie, safe(r) en brave(r) spaces, datagedreven

cultuurbeleid in functie van inclusie en participatieve werkvormen kregen een prominente plaats. Praktijkvoorbeelden zoals die van UiTinOostende en UiTPAS Middenkust toonden hoe lokale besturen werken aan toegankelijke communicatie en regiowerking. Sessies rond intergemeentelijke samenwerking, sociaal-sportieve praktijken en inclusieve vrijwilligerswerkingen maakten duidelijk hoe diversiteit en drempelverlaging concreet vorm krijgen in organisaties. Door deze thema's centraal te zetten op het publiqForum bevestigde publiq dat inclusie geen randthema is, maar een structurele uitdaging voor beleid, communicatie en organisatiepraktijk.

Tot slot speelt ook het **netwerk van externe partners** een belangrijke rol in deze doelstelling. Samenwerkingen met organisaties uit Welzijn, Jeugd, Cultuur en sociale sectoren zorgen ervoor dat uiteenlopende perspectieven worden meegenomen in de werking. Deze externe input helpt publiq om blinde vlekken te vermijden en producten en diensten beter af te stemmen op een diverse samenleving. FD 1.4 blijft daarmee een ontwikkelingsgerichte doelstelling. In 2025 werden wat betreft inclusie stappen gezet in personeelsbeleid, kennisintegratie en programmatie, maar het blijft een permanent aandachtspunt dat vraagt om reflectie, dialoog en bijsturing.

Enkele cijfers en realisaties – FD 1.4	
Erkenning	Toekenning diversiteitslabelna traject met Actiris
Personeel	Evolutie naar steeds diversere personeelsploeg en stagestudenten (met blijvende groeimarge)
Inkanteling demos	Integratie expertise en methodieken rond participatie en inclusie
Projectwerking	Schatten van Vlieg voor Nieuwkomers (met steun van de Nationale Loterij)
Toolkit	Ontwikkeling toolkit rond inclusieve publiekswerking voor brede verspreiding
Programmatie	Inclusieve thema's prominent aanwezig in publiqForum 2025

FD 1.5 – Bestuur en directie handelen conform de Code voor Goed Bestuur

In 2025 bleven bestuur en directie handelen in overeenstemming met de principes van de Code voor Goed Bestuur. Transparantie, rolzuiverheid, collectieve verantwoordelijkheid en duidelijke taakafbakening vormen daarbij de uitgangspunten. De governance-structuur ondersteunt zowel strategische reflectie als slagkrachtige uitvoering.

Na de **vernieuwde samenstelling van het Bestuursorgaan** in de voorgaande periode werd de overgang in 2025 definitief afgerond. Het nieuwe Bestuursorgaan is intussen volledig ingewerkt en functioneert als een actief en betrokken strategisch orgaan. In plaats van een overgangslogica stond 2025 in het teken van **inhoudelijke verdieping en gezamenlijke koersbepaling**. Sinds september 2025 vervoegt Laurens Verrelst het Bestuursorgaan als vertegenwoordiger van de Vlaamse Gemeenschap.

Het Bestuursorgaan speelde een duidelijke rol in de voorbereiding van het **meerjarenplan 2026-2030**. Via strategische sessies, inhoudelijke besprekingen en tussentijdse

terugkoppelingen leverde het bestuur richtinggevende input bij de positionering van publiq, de toekomst van UiTPAS, de verdere ontwikkeling van de digitale infrastructuur en de integratie van demos. Daarmee werd het meerjarenplan niet louter een directieoefening, maar een **gedragen traject met betrokkenheid van het bestuur**.

De samenwerking tussen bestuur en directie kenmerkt zich door wederzijds vertrouwen en duidelijke rolafspraken. De directie staat in voor de dagelijkse leiding en operationele aansturing, terwijl het Bestuursorgaan toeziet op strategie, financiële gezondheid en risicobeheersing. Belangrijke dossiers, zoals de voorbereiding van de nieuwe beheersovereenkomst, digitaliseringskeuzes en de inkanteling van demos, werden in 2025 in nauwe afstemming besproken.

Ook op het vlak van **transparantie en rapportering** werd in 2025 verder gewerkt aan duidelijke informatiestromen. Bestuursvergaderingen werden systematisch voorbereid met inhoudelijke nota's en opvolgingsdocumenten en belangrijke beslissingen werden helder gedocumenteerd. Deze gestructureerde werking versterkt de collectieve verantwoordelijkheid van het bestuur. FD 1.5 bewijst daarmee dat goed bestuur geen formele vereiste is, maar een voorwaarde voor publieke legitimiteit en duurzame werking. In 2025 werd de vernieuwde governance-structuur niet alleen bestendigd, maar ook **inhoudelijk geactiveerd** in functie van de toekomst van publiq.

Enkele cijfers en realisaties – FD 1.5	
Bestuursorgaan	Overgang afgerond • nieuw bestuur volledig operationeel
Strategische betrokkenheid	Actieve bijdrage aan meerjarenplan 2026–2030
Governance	Duidelijke rolafspraken tussen bestuur en directie
Rapportering	Structurele voorbereiding en opvolging van bestuursdossiers

FD 1.6 – De bedrijfsvoering van publiq verzekert een financieel gezonde en efficiënte organisatie, met een mix tussen eigen middelen, opbrengsten via betalende dienstverlening en een publieke werkingstoelage

In 2025 stond de bedrijfsvoering van publiq in het teken van **financiële stabiliteit, strategische wendbaarheid en een gezonde financieringsmix** in tijden van budgettaire krapte en besparingen binnen een overheidscontext. De organisatie bewaakte structureel het evenwicht tussen publieke werkingstoelage, eigen middelen en aanvullende inkomsten via betalende dienstverlening en projectfinanciering.

Start 2025: bijsturing, met focus op kernopdrachten en efficiëntie

Eind 2024 werd duidelijk dat enkele voorziene addenda en bijkomende middelen – onder meer voor de UiTPAS-balie en -zuilen – niet tijdig of niet volledig zouden worden toegekend. Aangezien publiq in haar begroting reeds rekening had gehouden met deze extra middelen, werd begin 2025 **proactief bijgestuurd in de personeelsbezetting**. Deze ingreep had als doel de organisatie opnieuw structureel in evenwicht te brengen en toekomstige risico's te vermijden. De hertekening van rollen en taken gebeurde met een duidelijke focus op de kernopdrachten uit de beheersovereenkomst en op efficiëntie in uitvoering.

Verbreden financieringsmix

Naast kostenbeheersing werd blijvend ingezet op het **verbreden en verduurzamen van de financieringsmix**. publiq combineert haar publieke werkingstoelage met eigen middelen en opbrengsten uit betalende dienstverlening, waaronder marketing- en redactionele promotie, datadashboards en datascripts op maat, kennisdeling en begeleidingstrajecten. Met de groei van Museumpas groeiden ook de inkomsten bij publiq mee door stijgende platformbijdragen vanuit de cvso museumPASSmusées. Daarnaast werd actief gezocht naar aanvullende financieringsbronnen via Europese projecten (o.a. EFRO), projectsubsidies en sponsorovereenkomsten.

Toekomstgericht financieringsmodel UiTPAS

In opvolging van de Gartner-studie (2024) rond show- en chargebackmogelijkheden voor de digitale kernspelers, onderzocht publiq in 2025 verder de haalbaarheid van **alternatieve financieringsmodellen voor specifieke diensten**. Dit gebeurde onder meer in het kader van de UiTPAS-evaluatie. In juli 2025 werd in het Vlaams Parlement een resolutie goedgekeurd die de Vlaamse Regering en publiq de opdracht geeft om samen een toekomstgericht financieringsmodel voor UiTPAS uit te werken. In het najaar werden binnen de UiTPAS-stuurgroep concrete pistes verkend in functie van UiTPAS 2.0.

In de toekomst willen we evolueren naar een situatie waarin de Vlaamse overheid de investeringsmiddelen voorziet en de operationele kosten rond uitbating gedragen worden door bijdragen van de gebruikers. Zo wordt gedeelde infrastructuur ook een gedeelde verantwoordelijkheid.

Accurate opvolging met positief resultaat

De financiële opvolging gebeurde in 2025 nauwgezet, met regelmatige monitoring via directie, auditcomité en raad van bestuur. Het boekjaar 2025 wordt afgesloten met een **positief resultaat** (zie Financieel Verslag), wat aansluit bij de doelstelling om opnieuw structureel *break-even* te draaien. Dit volgt op het verlies van 84.000 euro in 2024. Voor verdere details verwijzen we naar het Financieel Verslag 2025.

Audit door Inspectie van Financiën bevestigt een gedegen financieel beleid

Een onderzoek werd gevoerd in het kader van Verstrengd Toezicht op Subsidies (VTS) door de Inspectie van Financiën van de Vlaamse Overheid. De audit leverde **geen grote aandachtspunten op** en bevestigt zo de **degelijkheid van onze financiële governance**. Enkele kleinere aanbevelingen worden de komende jaren meegenomen in de verdere optimalisatie van interne processen. In combinatie met het gehonoreerde meerjarenplan onderstreept dit het vertrouwen in de solide en maatschappelijk verantwoorde bedrijfsvoering van publiq.

Enkele cijfers en realisaties – FD 1.6	
Structureel evenwicht	Proactieve personeelsbijsturing na uitblijven addenda (o.a. UiTPAS-balie en -zuilen) • focus op kernopdrachten beheersovereenkomst
Resultaat boekjaar	Positief resultaat 2025 • terugkeer naar structureel break-even na verlies 2024 (-84.000 euro)

Financieringsmix	Publieke werkingstoelage + eigen middelen + betalende dienstverlening + project- en sponsorfinanciering
Betalende dienstverlening	Marketing- en redactionele promotie • datadashboards en datascripts op maat • kennisdeling en begeleiding
Toekomstige financieringsmodellen	Onderzoek show- en chargebackmogelijkheden • resolutie Vlaams Parlement rond toekomstig financieringsmodel UiTPAS • verkenning kostendekkend model BOA
Financiële governance	Regelmatige monitoring via directie en auditcomité • externe audit zonder grote aandachtspunten

FD 1.7 – De inkanteling van demos in publiq leidt tot een werking die continuïteit garandeert en waarin een geïntegreerd toekomstplan rond de decretale opdrachten vorm krijgt

Na een intensieve voorbereidende fase in 2024 werd de **inkanteling van demos in publiq in 2025 formeel gerealiseerd.** Wat op papier een organisatorische integratie is, betekende in de praktijk een operatie met grote impact op mensen, processen, cultuur en positionering. In 2025 lag de focus op het verzekeren van continuïteit in de decretale opdrachten én op het bouwen aan één geïntegreerde werking.

De overgang verliep **vlot en professioneel**. Zowel op inhoudelijk als op organisatorisch vlak werd sterk ingezet op afstemming, transparante communicatie en zorg voor medewerkers. Er werden concrete trajecten gelopen rond harmonisering van loonbeleid, financiële integratie, administratieve processen en interne afspraken. Hierdoor werd vermeden dat parallelle systemen of cultuurverschillen langdurig zouden blijven doorwerken.

Inhoudelijk werd snel **duidelijk hoe versterkend beide werkingen voor elkaar zijn.** De expertise van demos rond participatie, armoede, inclusie en kennisdeling vond onmiddellijk aansluiting bij instrumenten zoals UiTPAS en bij bredere trajecten rond digitale infrastructuur en publiekswerking. Omgekeerd boden de schaal en infrastructuur van publiq nieuwe mogelijkheden voor impact en verspreiding van kennis. Het gaat daarbij niet om het samenbrengen van twee gescheiden werkingen, maar om een versnelde eenmaking waarin complementariteit centraal staat.

In het proces richting het meerjarenplan 2026-2030 werd deze geïntegreerde logica expliciet verankerd. De toekomstige decretale opdrachten worden benaderd vanuit **één samenhangende strategie** waarin kenniswerking, instrumentontwikkeling en publieksgerichte toepassingen elkaar versterken. Dit zorgde voor meer helderheid in positionering en prioriteiten.

De inkanteling werpt bovendien al **tastbare vruchten** af. Er is intensieve samenwerking gegroeid tussen teams (vb. UiTPAS en Vrijuit, Kenniswerking en Cultuureducatie, …) en rond gezamenlijke projecten en methodiekontwikkeling. Interne kennisdeling groeide en werkvormen rond participatie en co-creatie vonden hun weg naar andere domeinen binnen de organisatie.

In 2026 zal deze integratie verder zichtbaar worden in onder meer de optimalisatie van de merkarchitectuur en **de ontwikkeling van een nieuw kennisplatform** dat de opgebouwde expertise toegankelijker zal maken voor het veld. Om praktische en technische redenen en omwille van enkele specifieke noden zijn er momenteel nog enkele visuele sporen van demos zichtbaar in de communicatie, maar ook deze worden gefaseerd geïntegreerd in de loop van 2026.

Enkele cijfers en realisaties – FD 1.7	
Inkanteling	Formele integratie demos in publiq afgerond in 2025
Continuïteit	Ononderbroken uitvoering decretale opdrachten
Organisatorische integratie	Harmonisering loonbeleid • financiële en administratieve integratie
Inhoudelijke synergie	Versterkte samenwerking UiTPAS – Vrijuit • integratie kenniswerking
Strategische verankering	Geïntegreerde positionering in meerjarenplan 2026–2030

3. Rapportage addenda met betrekking tot 2025

In 2025 waren er 6 addenda van kracht bij de beheersovereenkomst van publiq:

1. Addendum 1 bij de beheersovereenkomst 2024-2025 van 22 december 2023 tussen de Vlaamse Gemeenschap en publiq vzw, met betrekking tot het UiTwisselingsplatform
2. Addendum 2 bij de beheersovereenkomst 2024-2025 van 22 december 2023 tussen de Vlaamse Gemeenschap en publiq vzw, voor de bepaling van bijkomende opdrachten betreffende de opstart van het programma Digitale Transformatie
3. Addendum 3 bij de beheersovereenkomst 2024-2025 van 22 december 2023 tussen de Vlaamse Gemeenschap en publiq vzw, met betrekking tot de uitbreiding van het takenpakket van publiq inzake de bevordering van vrijetijdsparticipatie van kansengroepen
4. Addendum 4 bij de beheersovereenkomst 2024-2025 van 22 december 2023 tussen de Vlaamse Gemeenschap en publiq vzw, met betrekking tot het UiTwisselingsplatform in het jaar 2025
   Middelen: 400.000 euro
   Te besteden: 2025
5. Addendum 5 bij de beheersovereenkomst 2024-2025 van 22 december 2023 tussen de Vlaamse Gemeenschap en publiq vzw, met betrekking tot de uitbreiding van het takenpakket van publiq met de uitvoering van het EFRO-project ‘Data Spaces, Audience Data’
   Middelen: 160.000 euro
   Te besteden: Tot en met 22 juli 2026
6. Addendum 6 bij de beheersovereenkomst 2024-2025 van 22 december 2023 tussen de Vlaamse Gemeenschap en publiq vzw, met betrekking tot de uitbreiding van het takenpakket van publiq met een analysefase m.b.t. de ontsluiting van het BOA-aanbod via het UiTplatform
   Middelen: 200.000 euro
   Te besteden: Tot en met 31 december 2026.

Voor de addenda geldt de verwachting dat de verantwoording van de uitvoering ervan geïntegreerd aangeleverd wordt in de verantwoording van publiq over het voorgaande jaar. We stippen hier graag aan waar de verantwoording van bovenstaande addenda teruggevonden kan worden:

- Addendum 1 en 2 werden volledig gerealiseerd in 2024 en gerapporteerd in het jaarverslag van 2024.
- Addendum 3 over de bijkomende taakstelling rond demos komt op verschillende plaatsen in dit jaarverslag aan bod, en meer uitgebreid onder OD 2.2, OD 2.4 en FD 1.7.
- De realisaties met betrekking tot addendum 4 worden opgelijst in OD 3.1.
- De middelen van addendum 5 kunnen tot en met 22 juli 2026 besteed worden en werden in 2025 nog niet volledig ingezet. De rapportage van dit addendum met betrekking tot EFRO zal dus over twee jaarverslagen verspreid worden. De werkzaamheden en realisaties met betrekking tot EFRO in 2025 zijn onder SD 3 terug te vinden.
- De middelen van addendum 6 die betrekking hebben op de ontsluiting van BOA-aanbod kunnen tot en met 31 december 2026 besteed worden. Er werd gekozen deze middelen volledig toe te wijzen aan 2026. Hierover zal bijgevolg gerapporteerd worden in het jaarverslag van 2026.