

Jaarverslag **van de** **informatieambtenaar** **2001**



Ministerie van de
Vlaamse Gemeenschap

Inhoud

Woord vooraf	7
--------------------	---

ASPECTEN VAN OVERHEIDSCOMMUNICATIE 8

1	Regelgeving inzake overheidscommunicatie	9
1.1	Controlecommissie voor de verkiezingsuitgaven	9
1.2	Decretale controleregeling voor de Vlaamse overheidscommunicatie	9
1.2.1	<i>Controle op de communicatie van de Vlaamse overheid</i>	<i>10</i>
1.2.2	<i>Controle op de regeringsmededelingen</i>	<i>10</i>
1.2.3	<i>Controle op de mededelingen van de voorzitter van het Vlaams Parlement</i>	<i>10</i>
1.2.4	<i>Aanbeveling</i>	<i>11</i>
1.3	Decreet openbaarheid van bestuur	11
1.3.1	<i>Situering</i>	<i>11</i>
1.3.2	<i>Passieve openbaarheid</i>	<i>11</i>
1.3.3	<i>Verplichting tot actieve openbaarheid</i>	<i>12</i>
1.3.4	<i>Gemeenschappelijk informatiebestand</i>	<i>13</i>
1.3.5	<i>Communicatieambtenaar</i>	<i>13</i>
1.3.6	<i>Instrumenten voor planmatige aanpak van communicatie</i>	<i>14</i>
1.3.7	<i>Aanbevelingen</i>	<i>15</i>
1.4	Code van goede praktijk voor de communicatiecampagnes van de Vlaamse overheid	15
1.4.1	<i>Voorgeschiedenis en situering</i>	<i>16</i>
1.4.2	<i>Toepassingsgebied van de Code</i>	<i>16</i>
1.4.3	<i>Inhoud van de Code - deontologische normen</i>	<i>17</i>
1.4.4	<i>Inhoud van de Code - andere aspecten</i>	<i>17</i>
1.4.5	<i>Toezicht op naleving van de Code</i>	<i>18</i>
1.5	Decreet Klachtrecht	18
1.5.1	<i>Procedure voor de behandeling van klachten</i>	<i>19</i>
1.5.2	<i>Bekendmaking van het Klachtrecht</i>	<i>20</i>
1.6	Publicatie van Vlaamse regelgeving	20
2	Communicatiebeleid van de Vlaamse regering	21
2.1	Uitvoering van het Vlaams Regeerakkoord	21
2.2	Overige beleidsaccenten	22
3	Persvoorlichting	23
3.1	Persvoorlichting van de Vlaamse regering	23
3.2	Persvoorlichting van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap	23
3.3	Verspreiding van persmededelingen	24
3.3.1	<i>Digitale verspreiding</i>	<i>24</i>
3.3.2	<i>Aanbeveling</i>	<i>24</i>
4	Voorlichting van de buitenlandse pers en imago van Vlaanderen in het buitenland	25
4.1	Communicatiestrategie Vlaanderen Internationaal	25

4.2	Knipselkrant Focus on Flanders	25
4.3	Belgisch EU-voorzitterschap	26
5	Voorlichtings- en sensibiliseringscampagnes	27
5.1	Centrale media-aankoop	27
5.1.1	<i>Aanbod en wijze van samenwerken</i>	27
5.1.2	<i>Overzicht van de mediabestedingen</i>	28
5.1.3	<i>Dossiers media-aankoop</i>	29
5.1.4	<i>Kortingen</i>	30
5.2	Protocol met de regionale tv-sector	30
5.3	Uitbesteding van campagnes	31
5.4	Pretesting van campagnes	32
5.5	Effectmeting bij campagnes	33
5.5.1	<i>Aanbeveling</i>	33
5.6	Samenwerking met de JEP	34
5.7	Regionale beleidscommunicatie	34
5.8	Kleurrijk Vlaanderen	36
5.9	Overzicht van de campagnes	36
5.9.1	<i>Aanbeveling</i>	37
6	Vlaamse Infolijn en sectorale infolijnen	38
6.1	Vlaamse Infolijn	38
6.1.1	<i>Werkingsresultaten in 2001</i>	38
6.1.2	<i>Ondersteuning van campagnes</i>	39
6.1.3	<i>Verdere uitbating en ontwikkeling</i>	39
6.2	Samenwerking met sectorale en thematische infolijnen	40
6.2.1	<i>Aanbeveling</i>	42
7	E-government en internet	43
7.1	E-government	43
7.1.1	<i>Projectwerking</i>	43
7.1.2	<i>Aanpak via clusters</i>	43
7.1.3	<i>Geïntegreerde loketten</i>	43
7.2	Internet	44
7.2.1	<i>Aanbod op de nieuwe portaalsite</i>	44
7.2.2	<i>Belangstelling voor portaalsite</i>	45
7.2.3	<i>Perspectieven voor verdere uitbouw</i>	45
7.2.4	<i>Content Management</i>	46
7.2.5	<i>Vorm- en naamgeving</i>	47
7.2.6	<i>Kwaliteitsbewaking</i>	47
7.2.7	<i>Aanbevelingen</i>	47
8	Wetenschappelijk onderzoek	48
8.1	Overheid en doelgroepencommunicatie	48
8.2	Transparante overheidsinformatie als competitief voordeel voor Vlaanderen	49

9	Aspecten van coördinatie en ondersteuning	50
9.1	Distributie van folders en brochures	50
9.2	Invoering van de euro	50
10	Communicatie in de zeven departementen van het ministerie	52
10.1	Departement Coördinatie	52
10.1.1	Kanselarij en Voorlichting	52
10.1.2	Buitenlands Beleid	52
10.2	Departement Algemene Zaken en Financiën	52
10.2.1	Belastingen	52
10.2.2	Ambtenarenzaken	52
10.2.3	Departementaal internetaanbod	53
10.3	Departement Wetenschap, Innovatie en Media	53
10.3.1	Wetenschap en Innovatie	53
10.3.2	Media	53
10.4	Departement Onderwijs	54
10.4.1	Organisatie van de communicatie	54
10.4.2	Klasse	54
10.4.3	Beleidsinformatie	54
10.4.4	Rekrutering van leraren	54
10.4.5	Nieuwe media	55
10.4.6	Infolijn Onderwijs	55
10.5	Departement Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur	56
10.5.1	Organisatie van de communicatie	56
10.5.2	Nieuwe media	56
10.5.3	Welzijn, gezondheid en gelijke kansen	56
10.5.4	Cultuur	57
10.6	Departement Economie, Werkgelegenheid, Binnenlandse Aangelegenheden en Landbouw	57
10.6.1	Economie	57
10.6.2	Werkgelegenheid	58
10.6.3	Binnenlandse Aangelegenheden	58
10.6.4	Landbouw- en Tuinbouw	58
10.7	Departement Leefmilieu en Infrastructuur	59
10.7.1	Nieuwe media	59
10.7.2	Rekrutering van nieuw personeel	59
10.7.3	Waterwegen en Zeewezen	60
10.7.4	Integraal waterbeleid en -beheer	60
10.7.5	Ruimtelijke ordening	60
10.7.6	Huisvesting	61
10.7.7	Monumenten en Landschappen	61
10.7.8	Sensibilisering inzake mobiliteit	61
10.7.9	Informatie voor de weggebruiker	62
10.7.10	Milieubeleid	63
10.7.11	Milieu-educatie	64

ORGANISATIE VAN DE COMMUNICATIE66

11	Communicatiebudget	67
11.1	Centraal communicatiebudget	67
11.1.1	<i>Budget in 2001</i>	67
11.1.2	<i>Budget in 2002</i>	67
11.1.3	<i>Voornaamste evoluties</i>	68
11.1.4	<i>Centraal vs. sectorale communicatiebudgetten</i>	68
11.2	Sectorale communicatiebudgetten	68
11.2.1	<i>Verdeling van het provisioneel krediet</i>	68
11.2.2	<i>Eigen communicatiebudgetten van de ministers</i>	69
12	Contacten en samenwerking met andere instanties	70
12.1	Vlaams Parlement	70
12.2	Vlaamse openbare instellingen	70
12.3	Gemeente- en provinciebesturen	70
12.3.1	<i>Vlaams Overleg van Communicatieambtenaren</i>	70
12.3.2	<i>Digitale nieuwsbrief Dito</i>	71
12.3.3	<i>Informatie voor gemeentelijke informatiebladen</i>	72
12.4	Federale overheid	72
12.4.1	<i>Aanbeveling</i>	73
12.5	Vereniging voor overheidscommunicatie Kortom	73
12.6	Nederlandse Rijksvoorlichting	74
13	Communicatie binnen het vernieuwd Vlaams overheidsapparaat	75
13.1	Gevolgen van de reeds genomen beslissingen voor de communicatie	75
13.1.1	<i>Beleidsveld communicatie binnen de Diensten van de minister-president</i>	75
13.1.2	<i>Horizontale materies binnen de verticale beleidsdomeinen</i>	75
13.1.3	<i>Managementondersteunende diensten</i>	76
13.2	Verplicht centraal advies ?	76
13.2.1	<i>Communicatieplanning</i>	77
13.2.2	<i>Mediacampagnes</i>	77
13.2.3	<i>Sectorale en thematische infolijnen</i>	78
13.2.4	<i>Aanbeveling</i>	78
13.3	Overleg en coördinatie tussen de beleidsdomeinen	78
13.3.1	<i>Aanbeveling</i>	79
13.4	Communicatieambtenaren	79
13.4.1	<i>Aanbeveling</i>	80
13.5	Communicatie-agentschap	80
13.5.1	<i>Aanbeveling</i>	81

Aanbevelingen van de informatieambtenaar naar aanleiding van zijn Jaarverslag 2001	82
---	-----------

Woord vooraf

Wie dit Jaarverslag doorneemt, zal er niet omheen kunnen: alleen al het eerste hoofdstuk, over evoluties in de regelgeving, maakt duidelijk dat het voorbije jaar een rijk jaar was voor de communicatie van de Vlaamse overheid. Nieuw decreet openbaarheid van bestuur in de maak, decreten betreffende de controle op de communicatie van de Vlaamse overheid op weg naar goedkeuring in het Vlaams Parlement, Code van goede praktijk voor de communicatiecampagnes van de Vlaamse overheid goedgekeurd en operationeel... Maar ook op andere vlakken vielen heel interessante ontwikkelingen te signaleren: de start van een ambitieus project voor periodieke beleidscommunicatie, een sterke groei van de mediabestedingen van de Vlaamse overheid, de geboorte van portaalsite www.vlaanderen.be en de uitbouw van geïntegreerde loketten, een handleiding voor communicatie met kansarme groepen, en ga zo maar door.

Het Jaarverslag 2001 wil de meest relevante feiten en evoluties van het voorbije jaar die verband houden met de Vlaamse overheidscommunicatie overzichtelijk samenbrengen. Het beperkt zich daarbij tot de Vlaamse regering en haar diensten, laat dus de Vlaamse openbare instellingen buiten beschouwing, en maakt geen aanspraak op volledigheid. Het wijst ook enkele uitdagingen op communicatievlak aan die op de Vlaamse regering en haar administratie afkomen. Het Jaarverslag plaatst, waar nodig, kritische kanttekeningen, en overeenkomstig zijn decretale opdracht formuleert de informatieambtenaar concrete aanbevelingen. Die worden achteraan nog 's gebundeld. Omdat er weinig of geen nieuws te melden viel over de betrokken thematiek, zijn enkele hoofdstukken geschrapt die in de vorige jaarverslagen trouw aan bod kwamen.

Dit Jaarverslag overloopt de communicatie van de Vlaamse regering en haar diensten tussen het late voorjaar van 2001 en het late voorjaar van 2002, dat is het derde werkingsjaar van deze Vlaamse regering. Alleen de cijfergegevens hebben, behoudens waar anders vermeld, betrekking op het kalenderjaar 2001. De redactie van dit Jaarverslag is afgesloten eind juni 2002.

Dit is het negende Jaarverslag van de informatieambtenaar. Misschien wordt het wel het laatste in deze vorm. Het voorontwerp van nieuw Openbaarheidsdecreet voorziet immers niet langer een jaarverslag van de informatie- (of straks communicatie)ambtenaar, maar een jaarverslag waarin de hele Vlaamse regering verslag uitbrengt over haar communicatie en de beleidsmatige conclusies formuleert die zij daaraan koppelt.

De informatieambtenaar neemt graag de gelegenheid te baat om welgemeend dank te zeggen aan de mensen van de cel Externe Communicatie, die samen met hem ploeg vormen binnen de afdeling Communicatie & Ontvangst en wier meer dan gewone inzet telkens opnieuw mogelijk maakt wat onhaalbaar leek: Jan Adriaensens, Claudine Carels, Willy Coomans, Filip De Maesschalck, Jan De Naeyer, Brigitte Rombaut, Ulrik Van den Bergh, Patrick Vandenbergh, Veerle Vandevelde en Marijke Vrijders. Ook projectleidster Mireille Van Pollaert en het intern projectteam van de Vlaamse Infolijn. Dank ook aan collega Lieve De Brabandere, die enkele maanden geleden afscheid nam als afdelingshoofd van de afdeling Communicatie & Ontvangst, directeur-generaal Armand De Troyer van de administratie Kanselarij en Voorlichting, en de communicatieverantwoordelijken van de zeven departementen die bereidwillig materiaal aanleverden voor het hoofdstuk over de communicatie in de departementen.

Dank ten slotte aan iedereen die het voorbije jaar mee gewerkt heeft aan de communicatie van de Vlaamse overheid, collega's elders in het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, bij de kabinetten, bij de Vlaamse openbare instellingen en ook buiten de Vlaamse overheid.



Francis Decoster
informatieambtenaar



Aspecten van overheidscommunicatie

1.1 Controlecommissie voor de Verkiezingsuitgaven

Ter uitvoering van het Lambermont-akkoord over de verdere staatshervorming keurde het federale Parlement midden 2001 de Bijzondere Wet houdende overdracht van diverse bevoegdheden aan de gewesten en de gemeenschappen goed, met daarin een belangrijke bepaling voor de overheidscommunicatie. Artikel 15 van de Bijzondere Wet van 13 juli 2001 stelt: "Elke Raad of het door hem aangewezen orgaan oefent, volgens de bij decreet bepaalde regels, de controle van de verkiezingsuitgaven met betrekking tot de verkiezing van de Raad uit, alsook de controle op de regeringsmededelingen van de leden van zijn regering." Vanaf 1 januari 2002 kan het Vlaams Parlement dus de controle op de mededelingen van de Vlaamse regering en haar ministers decretaal regelen.

In tegenstelling tot wat hierover in het Jaarverslag 2000 van de informatieambtenaar geschreven werd (p.9), betekent dit evenwel niet dat begin 2002 elke bevoegdheid van de federale Controlecommissie voor de Verkiezingsuitgaven over de communicatie van de Vlaamse ministers automatisch ophield te bestaan. Zolang de deelstaat geen gebruik maakt van zijn bevoegdheden, blijft immers de federale wetgeving gelden. De bevoegdheid van de federale Controlecommissie houdt dus pas op te bestaan nadat en voor zover het Vlaams Parlement een eigen decretaal initiatief goedgekeurd heeft. Waaraan evenwel toegevoegd dient te worden dat ook deze Vlaamse regering van in den beginne geweigerd heeft zich te onderwerpen aan controle door de federale Controlecommissie.

Artikel 15 van de Bijzondere Wet hevelt enkel de controle op de verkiezingsuitgaven met betrekking tot de verkiezing van de Raad – in dit geval het Vlaams Parlement dus – over naar dat Vlaams Parlement, dus niet de controle op de uitgaven voor de federale verkiezingen. De implicaties van een en ander zijn nog niet geheel duidelijk. De

vraag kan bijvoorbeeld gesteld worden wat dit betekent voor de controle op de communicatie van de Vlaamse regering (= straks wellicht een bevoegdheid van het Vlaams Parlement) tijdens de sperperiode van drie maanden vóór de verkiezingen van het federale Parlement (= de bevoegdheid van het federale Parlement).

1.2 Decretale controleregeling voor de Vlaamse overheidscommunicatie

Op 18 juni 2002 keurde de Commissie voor Institutionele en Bestuurlijke Hervorming en Ambtenarenzaken van het Vlaams Parlement drie voorstellen van decreet betreffende de controle op de communicatie van de Vlaamse overheid goed. Wellicht worden ze nog voor het zomerreces in plenaire vergadering goedgekeurd. Voor de - ondertussen lange - voorgeschiedenis kan verwezen worden naar de Jaarverslagen 1999 (pp.10-12) en 2000 (pp.9-13) van de informatieambtenaar. Toen de redactie van het Jaarverslag 2000 afgesloten werd, was de stand van zaken dat er twee voorstellen van decreet voorlagen, allebei gezamenlijk ingediend door vertegenwoordigers van alle partijen van de paarsgroene meerderheid en de oppositiepartij CD&V. Naast een voorstel van gewoon decreet houdende de controle op de communicatie van de Vlaamse overheid was er ook het voorstel van bijzonder decreet houdende de controle op de regeringsmededelingen. Beide voorstellen waren toen nog voor advies in behandeling bij de Raad van State. De Vlaamse regering van haar kant had reeds ingestemd met beide voorstellen van decreet, al vroeg zij wel bij de definitieve redactie nog rekening te houden met enkele amendementen en suggesties. Ondertussen is het wetgevende kader - zie hierboven, onder Commissie voor Verkiezingsuitgaven - gewijzigd en wachten niet langer twee maar drie voorstellen van decreet op definitieve goedkeuring door het Vlaams Parlement.

1.2.1 Controle op de communicatie van de Vlaamse overheid

Er is het voorstel van decreet van 20 december 2000 houdende de controle op de communicatie van de Vlaamse overheid. Het wil de kwaliteit van het Vlaamse communicatiebeleid bevorderen door een aantal deontologische normen in te voeren die gelden voor alle voor het publiek bestemde voorlichtings- of sensibiliseringscampagnes, mededelingen of andere communicatie-initiatieven van de Vlaamse overheid. Deze normen worden opgesteld door een onafhankelijke Expertencommissie, die tevens de opdracht krijgt concrete communicatie-initiatieven te toetsen aan de normen. Voor de inhoudelijke bespreking van het voorstel van decreet kan verwezen worden naar het Jaarverslag 2000 (p.11).

De Raad van State bracht op 2 oktober 2001 positief advies uit over het voorstel van decreet. Goed een maand later dienden de indieners van het oorspronkelijke voorstel enkele amendementen in. Ze zijn enerzijds gebaseerd op de opmerkingen van de Raad van State en komen anderzijds tegemoet aan suggesties van de Vlaamse regering.

1.2.2 Controle op de regeringsmededelingen

Daarnaast is er het voorstel van decreet van 11 december 2001 houdende controle op de regeringsmededelingen. Naar analogie met wat federaal reeds bestaat richt het binnen het Vlaams Parlement een parlementaire Controlecommissie voor Regeringsmededelingen op, die tot taak krijgt na te gaan of mededelingen die verwijzingen naar ministers bevatten niet geheel of tendele tot doel hebben het imago van de Vlaamse regering, een van haar ministers of een politieke partij te beïnvloeden. Voor een meer gedetailleerde bespreking van de inhoud, zie Jaarverslag 2000 (p.12). Het nieuwe voorstel van decreet vervangt het gelijknamige voorstel van bijzonder decreet van eind 2000, en houdt eveneens rekening met het in het najaar van 2001 uitgebracht advies van de Raad van State en met tekstsuggesties van de

Vlaamse regering. Op basis van een vroeger advies van de Raad van State hadden de indieners in 2000 geopteerd voor een bijzonder decreet op basis van de redenering (van de Raad van State) dat de controle op mededelingen van de Vlaamse regering weliswaar op grond van de zogenaamde constitutionele autonomie geacht kon worden tot de bevoegdheid van de decreetgever te behoren, doch dat daar dan wel een met een bijzondere meerderheid goedgekeurd decreet nodig voor was. In haar nieuw advies verwees de Raad van State echter naar artikel 15 van de ondertussen goedgekeurde Bijzondere Wet van 13 juli 2001, dat de decreetgever toelaat bij gewoon decreet een regeling in verband met de mededelingen van de regering vast te stellen. Er is dus niet langer een bijzonder decreet nodig, en daarom hebben de indieners nu geopteerd voor een voorstel van gewoon decreet.

Voor het overige sluit het nieuwe voorstel van decreet nauw aan bij het vorige. Opvallend is wel dat het begrip "regeringsmededeling" uitgebreid wordt tot de mededelingen en campagnes die de tituluur van een of meer Vlaamse ministers bevatten, terwijl in de vorige versie alleen de mededelingen die de naam of de afbeelding van een minister bevatten als regeringsmededeling gecatalogeerd werden. Bij de bespreking van het voorstel van decreet in de Commissie van het Vlaams Parlement is overeengekomen de voorziene sanctie, namelijk een publieke blaam uitgesproken in de plenaire vergadering van het Vlaams Parlement, af te stemmen op de sancties die voorzien zullen worden in het voorstel van decreet betreffende de controle op de verkiezingsuitgaven dat nog in de maak is.

1.2.3 Controle op de mededelingen van de voorzitter van het Vlaams Parlement

Ten slotte - en dit is nieuw - is door dezelfde Vlaamse Volksvertegenwoordigers ook een voorstel van bijzonder decreet houdende de controle op de mededelingen van de voorzitter van het Vlaams Parlement ingediend.

Voor de goedkeuring hiervan is wel een bijzondere meerderheid nodig. Op grond van de constitutionele autonomie kan het Vlaams Parlement met een bijzondere meerderheid aanvullende regels met betrekking tot zijn eigen werking vaststellen. De controle op de mededelingen van de voorzitter van het Vlaams Parlement vormt daar een aspect van, en is dus een aanvullende regel in verband met de werking van het Vlaams Parlement die bij bijzonder decreet vastgelegd moet worden.

Inhoudelijk sluit dit voorstel zeer nauw aan bij het voorstel van decreet houdende controle op de regeringsmededelingen. Het breidt de taak van de Controlecommissie voor Regeringsmededelingen uit met de controle van de mededelingen van de voorzitter van het Vlaams Parlement.

1.2.4 Aanbeveling

De informatieambtenaar herhaalt het pleidooi van zijn vorige jaarverslag, dat de Vlaamse regering en haar administratie straks actief en op gecoördineerde wijze meewerken aan de uitbouw van het normenkader door de Expertcommissie en de parlementaire Controlecommissie. Zij zullen dit kunnen door vanuit de voorlichtingspraktijk proactief concrete vragen te formuleren en pijnpunten te detecteren ten behoeve van beide commissies, voorbeelden van goede praktijk en zelfs voorstellen van aanpak aan te brengen. En door de uitspraken van beide commissies niet alleen naar de letter maar vooral ook naar de geest uit te voeren en op hun beurt te verwerken tot praktijknormen voor goede communicatie bij de diensten van de Vlaamse regering.

1.3 Decreet openbaarheid van bestuur

Op 7 juni 2002 keurde de Vlaamse regering principieel een nieuw voorontwerp van decreet betreffende de openbaarheid van bestuur goed. Het moet het amper een goeie drie jaar oude Openbaarheidsdecreet

van 18 mei 1999 vervangen, dat op zijn beurt in de plaats kwam van het eerste Openbaarheidsdecreet van 23 oktober 1991. Drie decreten op elf jaar tijd: het illustreert hoe snel de inzichten inzake openbaarheid en overheidscommunicatie evolueren. Het voorontwerp moet wel nog voor advies worden voorgelegd aan de SERV, de MINA-raad en daarna de Raad van State, en getoetst aan het voorontwerp van kaderdecreet Bestuurlijk Beleid, vooraleer het kan worden ingediend bij het Vlaams Parlement.

1.3.1 Situering

De directe aanleiding voor het uitschrijven van een nieuw decreet was de veranderde Europese regelgeving - het Verdrag van Aarhus van 1998 - inzake de openbaarheid van milieu-informatie. Omdat Vlaanderen, ter uitvoering van het Lambermontakkoord, nu ook bevoegd is voor de openbaarheidsregeling voor provincies en gemeenten, werd tegelijk de kans gegrepen om een eenduidige regelgeving voor alle bestuursniveaus te ontwerpen. Het nieuwe decreet zal immers zowel het bestaande decreet van 18 mei 1999 als de wet van 12 november 1997 vervangen. Eerstgenoemde regelt de openbaarheid bij de Vlaamse overheid, de OCMW's en de verenigingen van provincies en gemeenten, laatstgenoemde de openbaarheid bij de provincies en de gemeenten. Ook een aantal besturen die vroeger niet onderworpen waren aan de openbaarheidsregelgeving (zoals polders en wateringen, kerkfabrieken, onderwijsinstellingen en dergelijke) werden in het nieuwe voorontwerp opgenomen.

1.3.2 Passieve openbaarheid

Inzake de passieve openbaarheid van bestuur is in het nieuwe voorontwerp voor eerst aandacht besteed aan een eenvoudig en klaar taalgebruik en een goed gestructureerde en sterk chronologisch opgebouwde besluitvormingsprocedure. De regels en procedures moeten voor de burger zo transparant mogelijk zijn. Daarom ook worden de procedureregels en de beroepsprocedure voor alle bestuurslagen eenvormig geregeld.

Voor de openbaarheid van milieu-informatie gelden op Europees vlak specifieke regels, maar toch is de regeling voor milieu-informatie in hetzelfde decreet opgenomen als de algemene regeling inzake openbaarheid van bestuur. Beide regimes worden zo goed mogelijk op elkaar afgestemd: de verschillen tussen beide regimes liggen vooral op het vlak van de uitzonderingen voor het openbaar maken van bestuursdocumenten. Deze uitzonderingen zijn in het nieuwe voorontwerp ook duidelijker omschreven.

Het decreet stapt ook af van het begrip administratieve overheid uit het bestaande decreet. Dit begrip gaf immers aanleiding tot verschillende interpretaties door de Raad van State en het Hof van Cassatie, zodat er toepassingsmoeilijkheden ontstonden. Het voorontwerp van decreet hanteert nu het begrip “bestuursinstantie”, dat duidelijk wordt omschreven. Ook worden een aantal praktische toepassingsproblemen uit het vorige decreet opgelost.

1.3.3 Verplichting tot actieve openbaarheid

Ook voor de actieve openbaarheid streeft het nieuwe decreet naar een eenvormige regelgeving. Het houdt ook rekening met nieuwe inzichten en ontwikkelingen, zoals doelgroepencommunicatie en de uitbouw van het e-government.

Een voorstel van het Vlaams overleg van communicatieambtenaren van de verschillende bestuursniveaus (VOCA) om voor verschillende bestuursinstanties een aantal verplichte instrumenten in te schrijven (een communicatiejaarplan, een communicatiejaarverslag en een communicatieparagraaf bij belangrijke beslissingen) is uiteindelijk niet gevolgd. Er is voor gekozen de eigen verantwoordelijkheid van de verschillende bestuursinstanties maximaal te respecteren en hun vooral wat de keuze van instrumenten betreft zo weinig mogelijk verplichtingen op te leggen. Voor de Vlaamse overheid worden het communicatiejaarplan en het communicatiejaarverslag wél ingeschreven (zie verder).

Het hoofdstuk actieve openbaarheid van het nieuwe voorontwerp van decreet vangt aan met de verplichting voor vrijwel alle bestuursinstanties die onder het decreet vallen om “de bevolking of de betrokken doelgroepen systematisch, correct, evenwichtig, tijdig en op verstaanbare wijze voor te lichten over haar beleid, regelgeving en dienstverlening en over de rechten die de bevolking verkrijgt uit hoofde van dit decreet.” De verplichting om niet alleen de hele bevolking maar expliciet ook doelgroepen voor te lichten is nieuw en vormt een belangrijk nieuw accent. Een van de grote uitdagingen voor de overheid vandaag is ongetwijfeld om meer gericht te communiceren met specifieke doelgroepen. Bepaalde groepen hebben immers meer dan andere een boodschap aan een bepaald onderwerp. Niet elke doelgroep is echter even gemakkelijk te bereiken. Doelgroepencommunicatie vraagt extra inspanningen. Dit artikel wijst erop dat gericht communiceren belangrijk is.

De voorlichting moet dus systematisch gebeuren (consequent en planmatig, niet ad hoc), correct, evenwichtig (zonder bepaalde onderdelen te overbelichten), tijdig (op het moment dat de informatie nuttig of nodig is voor de ontvanger) en op verstaanbare wijze (aangepast aan de voorkennis van de doelgroep). Dit zijn niet de enige maatstaven die gesteld kunnen worden voor de overheidscommunicatie, maar elke bestuursinstantie is vrij die normen voor zichzelf vast te leggen. Voor wat de Vlaamse overheid betreft kan in dit verband verwezen worden naar de voorstellen van decreet betreffende de controle op de communicatie van de Vlaamse overheid (zie hoger, p. 10).

Over milieu-informatie werd een apart artikel ingevoegd, gebaseerd op het Verdrag van Aarhus en het ontwerp van Europese Richtlijn: “De milieu-instanties zorgen ervoor dat de milieu-informatie die relevant is voor hun taak en waarover ze beschikken of die voor hen wordt beheerd, geordend en geactualiseerd is. De door de Vlaamse regering aangewezen milieu-instanties zorgen ervoor dat milieu-informatie op een actieve,

systematische en transparante wijze onder de bevolking of onder de betrokken doelgroepen wordt verspreid en op een doeltreffende wijze toegankelijk wordt gemaakt. De Vlaamse regering bepaalt welke milieu-informatie minimaal wordt verspreid en stelt nadere regels vast over de wijze waarop milieu-informatie wordt verspreid en toegankelijk gemaakt.”

1.3.4 Gemeenschappelijk informatiebestand

Een tweede belangrijke verplichting die geldt voor alle bestuursinstanties in Vlaanderen, is die om mee te werken aan de uitbouw, het beheer en de ontsluiting van een gezamenlijk bestand met wegwijsinformatie en eerstelijnsinformatie. De Vlaamse overheid draagt de verantwoordelijkheid voor dit bestand. Er is voorafgaand overleg met de andere overheden over dit bestand voorzien, zodat er onder andere over gewaakt kan worden dat het project de draagkracht van vooral de kleinere besturen niet overstijgt. “De wegwijsinformatie geeft aan waar de informatiezoeker terecht kan hetzij voor informatie over een bepaald onderwerp, hetzij voor de behandeling van een probleem of administratieve procedure. Eerstelijnsinformatie is niet-dossiergebonden basisinformatie die op een eenvoudige manier verstrekt wordt” stelt artikel 29 § 1 van het voorontwerp van decreet. Voor meer complexe of dossiergebonden informatie wordt de informatiezoeker dan doorverwezen naar de bevoegde bestuursinstantie. Het ligt voor de hand dat het databestand van de Vlaamse Infolijn - en de ontsluiting ervan - en de initiatieven die de Vlaamse overheid thans neemt inzake e-government belangrijke aanzetten tot dit gezamenlijk bestand zullen vormen.

Dat het om een gezamenlijk informatiebestand over de verschillende overheden heen moet gaan, is nieuw en van het grootste belang voor de individuele burger, bedrijven, instellingen en verenigingen. Voor hen is het onderscheid tussen de verschillende overheden immers hetzij onbekend hetzij bijkom-

stig, hen interesseert het alleen om een concrete vraag beantwoord of probleem opgelost te krijgen. Het gezamenlijk informatiebestand zal op zijn beurt mee een hoeksteen vormen voor het e-government dat in Vlaanderen wordt uitgebouwd: geïntegreerde elektronische informatieverstrekking is een noodzaak voor een goede elektronische dienstverlening. Dit betekent niet dat de ontsluiting van het bestand enkel elektronisch zal gebeuren. Het voorontwerp van decreet stelt in dit verband: “Het databestand is vrij en gratis toegankelijk voor eenieder, zowel digitaal als via de loketten van de betrokken bestuursinstanties.” Bestaande kanalen (bijvoorbeeld ook de Vlaamse Infolijn) worden best maximaal ingezet. De verschillende manieren van ontsluiting zullen elkaar aanvullen, met de bedoeling om de drempel voor iedere gebruiker zo laag mogelijk te maken.

1.3.5 Communicatieambtenaar

Het voorontwerp van decreet legt een aantal overheden de verplichting op een communicatieambtenaar aan te stellen. Inderdaad: het begrip ‘communicatieambtenaar’ komt in de plaats van de ‘voorlichtingsambtenaar’ of de ‘informatieambtenaar’ uit de decreten van respectievelijk 1999 en 1991 - in de wet van 12 november 1997 betreffende de openbaarheid van bestuur bij de provincies en gemeenten was geen specifieke titel voorzien. ‘Communicatie’ is in het voorontwerp van decreet gedefinieerd als “elke voor het publiek of voor bepaalde doelgroepen bestemde, van een instantie uitgaande mededeling, boodschap, voorlichtings- of sensibiliseringscampagne of elk ander communicatie-initiatief van een instantie, ongeacht de gebruikte kanalen of media”. Die definitie omvat in feite slechts een deel van wat in het werkveld en de vakliteratuur verstaan wordt onder ‘communicatie’, namelijk enkel die communicatie waarbij de overheid als zender optreedt en het publiek als ontvanger. De overige aspecten vallen immers niet onder de openbaarheid van bestuur. In de praktijk organiseren communicatieambtenaren echter ook vormen van tweerichtings-

communicatie, zoals hoorzittingen en debatsites.

Volgens het voorontwerp moet bij het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap een communicatieambtenaar worden aangesteld door de Vlaamse regering, en moet ook een communicatieambtenaar worden aangesteld bij elke Vlaamse openbare instelling door de raad van bestuur. Deze bepaling moet weliswaar nog getoetst worden aan het voorontwerp van kaderdecreet Bestuurlijk Beleid, dat de hervorming van de Vlaamse administratie zal regelen. Het is in elk geval duidelijk dat er tussen de communicatieambtenaren van de verschillende geledingen van de Vlaamse overheid een vorm van overleg, onderlinge samenwerking en coördinatie nodig zal zijn. Het decreet legt de Vlaamse regering op daarvoor nadere regels vast te stellen, evenals voor de bevoegdheden, rechtspositie en werking van de communicatieambtenaren.

Ook elke provincie, gemeente en OCMW moet een communicatieambtenaar aanstellen. Provincies en de meeste gemeenten hebben al een communicatieambtenaar (eventueel onder een andere titel), in veel gevallen met een duidelijke dynamiek in hun communicatiebeleid als gevolg. Voor de OCMW's is deze verplichting echter nieuw. Deze vorm van professionalisering wordt echter als zeker noodzakelijk beschouwd omdat OCMW's meestal werken met moeilijker bereikbare doelgroepen: kansarmen, mensen van de derde leeftijd, allochtonen, enz. Deze doelgroepen hebben het meest nood aan overheidsinformatie, maar worden het minst bereikt door de standaardcommunicatieacties.

Het is duidelijk niet de bedoeling dat de communicatieambtenaar de volledige uitvoering van het communicatiebeleid van zijn overheid op zich neemt. In dat geval zou hij een flessenhals worden. Communicatie is een opdracht voor de hele overheid. De communicatieambtenaar stimuleert die communicatie, coördineert en begeleidt ze. Anderzijds geeft de communicatieambtenaar

zelf ook mee uitvoering aan het communicatiebeleid: hij licht de betrokken doelgroepen voor over het gevoerde beleid, over specifieke beslissingen die op hen betrekking hebben en over de dienstverlening van zijn bestuursinstantie. Hij moet er ook op toezien dat alle voor de burgers bestemde bestuursdocumenten in correcte en verstaanbare taal geschreven zijn.

1.3.6 Instrumenten voor planmatige aanpak van communicatie

Het voorontwerp van decreet schrijft voor de Vlaamse overheid twee instrumenten in die een planmatige aanpak van de communicatie en de integratie ervan in het beleid beogen te verbeteren. Ten eerste moet er "elk jaar, naar aanleiding van de bespreking van de ontwerpbegroting, een communicatiejaarplan ter goedkeuring worden voorgelegd aan het Vlaams Parlement voor wat de diensten van de Vlaamse regering betreft, en aan de raad van bestuur voor wat de Vlaamse openbare instellingen betreft. Dat communicatiejaarplan geeft aan welk communicatiebeleid het bestuur tijdens het komende jaar wil voeren en op welke wijze het de communicatie het komende jaar wenst te organiseren." In de door de Vlaamse regering eind 2001 goedgekeurde Code van goede praktijk voor de communicatiecampagnes van de Vlaamse overheid werd reeds een jaarplanning communicatie per beleidsveld, en op basis daarvan een communicatiejaarplan van de Vlaamse regering, naar voren geschoven. Nu wordt deze kwaliteitsnorm decretaal verankerd voor de diensten van de Vlaamse regering en de Vlaamse openbare instellingen. Het communicatiejaarplan kan uiteraard een onderdeel zijn van het beleidsplan of de globale beleidsnota van de bestuursinstantie in kwestie.

Het communicatiejaarplan wordt aan het Vlaams Parlement of de raad van bestuur in kwestie voorgelegd naar aanleiding van de bespreking van de ontwerpbegroting. Zo wordt ervoor gezorgd dat communicatie niet pas ter sprake komt bij de uitvoering van het

beleid, maar als volwaardig beleidsinstrument reeds opgenomen wordt bij de planning van het beleid. De meer gedetailleerde uitwerking van het communicatiejaarplan kan dan gebeuren zodra er meer politieke duidelijkheid bestaat over de begroting. Uiteraard betekent de opmaak van een communicatiejaarplan niet dat het onmogelijk wordt in te spelen op nieuwe ontwikkelingen en bijstellingen van het beleid. Integendeel, het jaarplan moet daarvoor voldoende ruimte voorzien

Een tweede instrument is een jaarlijks verslag en evaluatie van de communicatie en het communicatiebeleid, dat ter goedkeuring moet worden voorgelegd aan het Vlaams Parlement voor wat de diensten van de Vlaamse regering betreft, en aan de raad van bestuur voor wat de Vlaamse openbare instellingen betreft. Volgens het decreet van 18 mei 1999 is een dergelijk verslag nog de opdracht en het product van de voorlichtingsambtenaar. Niet enkel de activiteiten van de voorlichtingsambtenaar dienen echter geëvalueerd te worden, maar het totaal van de communicatie en het communicatiebeleid van het voorbije jaar. "Bovendien wordt het persoonlijk verslag van de communicatieambtenaar beter vervangen door een evaluatie door het bestuur zelf" stelt de Memorie van Toelichting in dit verband. De evaluatie moet onder andere de beleidsmatige conclusies bevatten die de betrokken overheid uit de evaluatie trekt.

Het hoofdstuk actieve openbaarheid van het voorontwerp van decreet sluit met de bepaling dat elke briefwisseling die uitgaat van een bestuursinstantie, de naam, de hoedanigheid, het adres en het telefoonnummer moet bevatten van degene die meer inlichtingen kan verstrekken over het dossier.

1.3.7 Aanbevelingen

- De Vlaamse regering heeft zelf aangegeven dat het voorontwerp van nieuw Openbaarheidsdecreet nog afgestemd dient te worden met de in de maak zijnde regelgeving inzake de reorganisatie van het Vlaamse overheidsapparaat, met name

voor wat de aanstelling van de communicatieambtenaren betreft. Het zal inderdaad van belang zijn duidelijk vast te leggen hoe de communicatieambtenaren zich tot elkaar en tot hun organisatie verhouden, hoe hun activiteiten gecoördineerd worden en hoe zij met elkaar samenwerken. Daartoe zal de spoedige redactie en goedkeuring aangewezen zijn van het in artikel 31 § 3 voorziene uitvoeringsbesluit betreffende bevoegdheden, rechtspositie en werking van de communicatieambtenaren en het overleg en de samenwerking tussen deze communicatieambtenaren. De informatieambtenaar pleit in het belang van een geïntegreerde en voldoende professionele aanpak van de Vlaamse overheidscommunicatie voor het voorzien van doorgedreven vormen van samenwerking en coördinatie.

- De uitbouw, het beheer en de ontsluiting van een gezamenlijk bestand met wegwijs- en eerstelijnsinformatie over de verschillende overheden heen en de verplichting voor die overheden om er actief aan mee te werken is de meest opvallende nieuwigheid in het luik actieve openbaarheid. De informatieambtenaar pleit voor een maximaal betrekken van de lokale besturen bij dit gezamenlijk bestand, niet alleen bij het beheer ervan, maar ook bij alle voorbereidende stappen. Ook de informatie van de federale overheid zal een onontbeerlijk bestanddeel van het bestand vormen. De informatieambtenaar hoopt dat ook de federale overheid bereid zal zijn tot volledige en gecoördineerde medewerking aan het bestand, en pleit voor het tijdig en volwaardig betrekken van de federale overheid bij de voorbereiding van het project.

1.4 Code van goede praktijk voor de communicatiecampagnes van de Vlaamse overheid

In december 2001 keurde de Vlaamse regering een Code van goede praktijk voor de

communicatiecampagnes van de Vlaamse overheid goed. Met deze Code engageert de Vlaamse regering zich tegenover het Vlaams Parlement, de publieke opinie en haar eigen diensten om de communicatie van de hele Vlaamse overheid te laten beantwoorden aan een consistente, strenge en controleerbare set kwaliteitsnormen.

1.4.1 Voorgeschiedenis en situering

Reeds in april 2000 had de Vlaamse regering de informatieambtenaar gelast "een voorstel van normen en regels voor de multimediale communicatie van de Vlaamse regering uit te werken, met het oog op de goedkeuring ervan door de Vlaamse regering". Ze sloot daarmee aan op de bepaling in het Vlaams Regeerakkoord dat er "een deontologische code voor de Vlaamse overheidscommunicatie" uitgewerkt zou worden. De Code van goede praktijk is het resultaat van deze opdracht.

De Code van goede praktijk geeft ook uitvoering aan uitvoering aan artikel 23 § 3 van het Decreet van 18 mei 1999 betreffende de Openbaarheid van bestuur. Het legt de informatieambtenaar van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap de verplichting op om "een code van goede praktijk" op te stellen "voor de toepassing van dit decreet", met name voor het hoofdstuk Actieve Openbaarheid van het Decreet van 18 mei 1999. Deze code moet beschikbaar zijn voor het publiek.

De Vlaamse regering verwelkomt het decretaal initiatief van het Vlaams Parlement (zie hoger) om een deontologie van de Vlaamse overheidscommunicatie te ontwikkelen. Met de Code van goede praktijk geeft zij meteen al concrete uitvoering aan de in het voorstel van decreet houdende de controle op de communicatie van de Vlaamse overheid opgenomen algemene deontologische normen. Zij biedt de in hetzelfde voorstel van decreet voorziene Expertencommissie een eerste insteek met het oog op de verdere verfijning van het normenkader en de criteria voor de beoordeling van concrete toe-

passingen. De Code is daarom meegedeeld aan het Vlaams Parlement.

De Code bevat geen spectaculaire nieuwe elementen. Hij bouwt voort op de goede praktijk die de voorbije jaren ontwikkeld is en door de informatieambtenaar toegepast wordt bij de multimediale campagnes van de Vlaamse overheid. Het is evenwel voor het eerst dat thans deze regels geëxpliciteerd en gesystematiseerd worden. Naast een aantal dwingende bepalingen bevat hij ook aanbevelingen en reikt hij hulpmiddelen aan om tot een correcte interpretatie of toepassing van de dwingende bepalingen te komen. Voor een correcte toepassing ervan dient de geest van de bepalingen te primeren boven de letter. De Code is van meet af aan opgevat als een evolutief gegeven en zal dus aangevuld of bijgestuurd worden naarmate er nood groeit aan bijkomende richtlijnen of de deontologische inzichten wijzigen.

1.4.2 Toepassingsgebied van de Code

De Code is van toepassing op alle betaalde communicatie van de hele Vlaamse overheid, en geldt zowel voor de eigen initiatieven van de ministers en hun diensten als voor die van de openbare instellingen die deel uitmaken van de Vlaamse overheid. Hij is van toepassing op alle mediacampagnes, waarbij het begrip campagnes in de ruimste zin geïnterpreteerd moet worden; ook de uitgave van een folder, de plaatsing van een kleine betaalde mededeling in de krant, de uitzending van een regeringsmededeling of de ontwikkeling van een website worden beschouwd als een vorm van campagne. De Code geldt voor alle mediacommunicatie waarvoor betaald wordt of normaal gezien betaald moet worden. Ook niet-betaalde mediacommunicatie waarvoor een bepaalde vorm van tegenprestatie wordt verleend, valt onder de toepassing van de Code. Hij is niet van toepassing op de redactionele bijdragen waarvoor de redactionele verantwoordelijkheid berust bij het medium zelf. Daarvoor gelden immers eigen regels.

1.4.3 Inhoud van de Code - deontologische normen

Hoofdstuk 4 "Inhoudelijke aspecten" van de Code van Goede Praktijk formuleert de deontologische regels waaraan de Vlaamse overheidscommunicatie moet beantwoorden. Deze hebben ondermeer betrekking op de verplichting tot correctheid, evenwichtigheid, volledigheid, tijdigheid en toegankelijkheid van de informatie. Voorzien wordt verder onder meer dat campagnes die de beïnvloeding van een houding of gedrag beogen, enkel betrekking kunnen hebben op zogenaamd aanvaard beleid, dit wil zeggen beleid dat een breed maatschappelijk draagvlak heeft en goedgekeurd werd door de bevoegde overheid. Een campagne met betrekking tot nog niet aanvaard beleid kan slechts toegestaan worden wanneer zij tot doel heeft de publieke discussie met betrekking tot het onderwerp te stimuleren en op die wijze de participatie aan de beleidsvorming te bevorderen. Omdat een campagne niet tot doel kan hebben het imago van de betrokken mandataris(sen) te bevorderen, bevatten de massamediale campagnes van de Vlaamse overheid geen namen of beeltenissen van de ministers. Vermelding van hun titulatuur is wel toegelaten. Het verbod van personalisering geldt niet wanneer dit om functionele reden vereist is. Dit is bijvoorbeeld het geval wanneer de campagne wil aanzetten tot interactieve beleidsvorming. Ook de regeringsmededelingen vallen niet onder het verbod op personalisering. Tijdens de sperperiode van drie maanden vòòr verkiezingen geldt een totaal verbod op personalisering van campagnes.

De aankoop van advertentieruimte of zendtijd mag geen afbreuk doen aan de redactionele integriteit van het medium. De adverterende overheidsinstantie mag de aankoop van advertentieruimte dus op geen enkele wijze afhankelijk maken van redactionele aandacht voor de betrokken overheidsinstantie door het medium of de uitgever. Maar het geldt ook omgekeerd: er wordt niet ingegaan op aanbiedingen van media om

redactionele aandacht te koppelen aan de verkoop van advertentieruimte.

Campagnes moeten blijf geven van goede smaak. Die goede smaak is evenwel geen absoluut gegeven, bij de beoordeling ervan dient rekening gehouden te worden met de beoogde doelgroep(en) en de maatschappelijke context. De Code stelt verder dat de Vlaamse overheidscommunicatie streeft naar het meest efficiënte gebruik van de ingezette middelen. Die moeten recht evenredig zijn met het belang en het nut van de boodschap en de beoogde doelgroep(en). Een overdreven mediavolume is misplaatst. Maar ook campagnes met duidelijk onvoldoende mediavolume dienen vermeden, want ze komen evengoed neer op onoordeelkundig gebruik van overheidsgeld.

1.4.4 Inhoud van de Code - andere aspecten

Doch de Code van goede praktijk is meer dan alleen maar een deontologische code. Naast de inhoudelijke normen bevat hij nog vijf andere hoofdstukken die de communicatie van de Vlaamse overheid kwalitatief willen sturen in de richting van een meer professionele aanpak van de communicatie, om zo te komen tot de voor burger en bestuur beste besteding van de ingezette middelen. Hoofdstuk 1 legt een planmatige aanpak van de communicatie op, met onder meer de verplichting om communicatiejaarplannen op te maken. Bij het opstarten van elk communicatieproject dient grondig nagedacht over de doelstellingen van de campagne, de te bereiken doelgroep(en) en de te communiceren boodschap(en). Naast het bepalen van de kwalitatieve doelstellingen is het noodzakelijk op voorhand in de mate van het mogelijke realistische gekwantificeerde communicatiedoelstellingen te formuleren, rekening houdend met het beschikbare budget.

Hoofdstuk 2 geeft aan hoe binnen de vrij strakke regelgeving inzake overheidsopdrachten toch steeds gekozen kan worden voor de procedure die de meeste kansen biedt op een maximale creativiteit en de

beste strategische aanpak, en welke aanpak de beste waarborgen biedt voor een vlotte samenwerking met de communicatiebureaus. Hoofdstuk 3 raadt bij campagnes van een zekere omvang en maatschappelijk gewicht een pretesting bij een beperkt maar representatief staal van de beoogde doelgroep aan, evenals een meting van de effecten van de campagne. De organisatie van beide berust bij de cel Externe Communicatie (zie hoofdstuk 5.4, p. 32), die deze dienstverlening - binnen de marges van haar budgettaire mogelijkheden - aanbiedt aan de diensten die een campagne plannen, zonder kosten voor de diensten die er een beroep op doen.

Hoofdstuk 5 bevat enkele normen in verband met de vormelijke aspecten, waaronder de verplichting om Algemeen Nederlands te hanteren - geen verkavelingsvlaams dus -, herkenbaar te zijn als informatie van de Vlaamse overheid, en het gebruik van logo's te beperken. Logo's of namen van commerciële firma's kunnen niet voorkomen in advertenties van de Vlaamse overheid. Een beperkte vorm van mediasponsoring wordt wel toegestaan, doch niet bij massamediale communicatie. Hoofdstuk 6 ten slotte gaat in op de distributie van de overheidsfolders en -brochures.

De volledige tekst van de Code van goede praktijk kan geraadpleegd en gedownload worden op www.vlaanderen.be (onder Vlaamse overheid).

1.4.5 Toezicht op naleving van de Code

De informatieambtenaar van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap wordt belast met het toezicht op de naleving van deze Code. Hij rapporteert jaarlijks over de toepassing van de Code aan de minister-president, die immers bevoegd is voor de coördinatie van het communicatiebeleid en die deze rapportering op zijn beurt meedeelt aan de Vlaamse regering.

De informatieambtenaar kan te allen tijde om advies worden gevraagd over de toepas-

sing van de Code. Inmiddels werden sinds de goedkeuring van de Code eind 2001 vanuit diverse hoeken al een 25 adviesvragen gesteld. Ze zijn onder te verdelen in drie categorieën. Een eerste reeks vragen heeft betrekking op paragraaf 4.18 van de Code. Die bepaalt onder meer dat de massamediale campagnes van de Vlaamse overheid geen namen of beeltenissen van ministers kunnen bevatten. Op deze regel bestaan uitzonderingen, waarop de gestelde vragen veelal betrekking hebben. Een tweede categorie vragen betreft voornamelijk de problematiek van de sponsoring. Communicatieproducten van de Vlaamse overheid dienen immers commercieel neutraal te zijn en kunnen dus geen logo's of namen van bedrijven in beeld of ten gehore brengen. Tot slot is er nog een restcategorie met heel uiteenlopende vragen, zoals bijvoorbeeld de vraag of een minister een ereprijs mag schenken voor bepaalde veeprijskampen, dan wel of op de website van een bepaald departement kan worden doorgelinkt naar de persoonlijke site van een minister.

In geval van inbreuk op de bepalingen van de Code brengt de informatieambtenaar de betrokken instantie (minister, administratie of Vlaamse openbare instelling) schriftelijk op de hoogte van de inbreuk en verzoekt hij tot bijsturing waar dat nog mogelijk is. Kopie van deze nota wordt ter informatie bezorgd aan de bevoegde minister en aan de minister-president. Een register van de inbreuken wordt bijgehouden.

1.5 Decreet Klachtrecht

Op 1 januari 2002 trad het Decreet Klachtrecht van 1 juni 2001 in werking. Het kent eenieder het recht toe om kosteloos bij een bestuursinstelling van de Vlaamse overheid klacht in te dienen over de wijze waarop hij of zij door die instelling behandeld is. Het Decreet hertekent het klachtenmanagement bij de Vlaamse overheid ingrijpend.

1.5.1 Procedure voor de behandeling van klachten

Omzendbrief VR 2002/20 van de Vlaamse regering tekent de procedure uit die voortaan geldt voor de behandeling van klachten. Een klacht wordt omschreven als “een manifeste uiting (zowel mondeling, schriftelijk als elektronisch) waarbij een ontevreden burger bij de overheid klaagt over een door de overheid (al dan niet) verrichte handeling of prestatie.” Hoewel het Decreet zelf daar niet echt expliciet over is, kiest de Omzendbrief vanuit een klantvriendelijke ingesteldheid voor een brede invulling van het begrip klacht: een klacht kan niet alleen betrekking hebben op de handelwijze en de werking van de overheid en op de vraag of het bestuur zich al dan niet behoorlijk heeft gedragen ten opzichte van de burger; ook klachten over de inhoud van beslissingen vallen onder het Decreet. Algemene klachten over regelgeving, (al dan niet gevoerd) beleid, beleidsvoornemens en verklaringen vallen evenwel niet onder het Decreet. Hetzelfde geldt voor handelingen waar een administratieve beroepsmogelijkheid voorzien is, zolang deze beroepsmogelijkheid niet werd aangewend, of waarvoor een juridisch beroep aanhangig is.

Er komt een aanpak in verschillende stappen. Voortaan worden de klachten in eerste instantie behandeld bij de dienst zelf waarop de klacht betrekking betrekking heeft. Wie zich onheus behandeld voelt door een Vlaamse overheidsdienst, moet met zijn klacht eerst naar de ambtenaar stappen die zijn dossier behandeld heeft. Is het probleem daarmee niet van de baan, dan kan hij aankloppen bij de klachtenbehandelaar van de dienst. Elke administratieve entiteit dient immers intern een klachtencoördinator (en eventueel één of meer klachtenbehandelaars) aan te wijzen. Kent wie klacht wil indienen niet de naam en coördinaten van de klachtenbehandelaar bij wie hij terecht moet, dan kan hij hiervoor gratis bellen naar de Vlaamse Infolijn, die hem meteen doorverbindt met de juiste persoon.

Leidt ook de tussenkomst van de klachtenbehandelaar niet tot een bevredigend resultaat, kan de klager zich wenden tot de Vlaamse Ombudsdienst. De Ombudsdienst bij het Vlaams Parlement treedt dus niet langer op als eerstelijnsbehandelaar van klachten, maar kan pas aangesproken worden nadat de interne klachtenbehandeling afgerond is.

De behandeling van de klachten is gebonden aan een strikte termijn: uiterlijk 45 dagen na ontvangst van de klacht moet hij ook afgehandeld zijn. Hoe de klachten binnen de dienst of instelling behandeld worden, is de zaak van de dienst of instelling zelf, die daarvoor een procedure moet voorzien en personeel aanduiden. Maar de procedure moet wel zo eenvoudig mogelijk gehouden worden en mag geen nieuwe regels of verplichtingen opleggen aan de klagers. De klachtenbehandelaars moeten een strikte neutraliteit in acht nemen. Het Decreet onderstreept duidelijk de onafhankelijke positie van de klachtenbehandelaars, zij kunnen geen instructies krijgen over de wijze waarop de klachten inhoudelijk behandeld worden. De bestuursinstellingen moeten de nodige organisatorische en personeelsmatige schikkingen treffen om deze onverenigbaarheden te waarborgen.

Heel opvallend is hoe de Omzendbrief de waarde van klachten als signalen van de klant-burger beklemtoont, als instrumenten om de kwaliteit van de dienstverlening te verbeteren. “Klachten dienen, net als meldingen en vragen om informatie, beschouwd te worden als een positief signaal vanwege de burger, als een bron van concrete en bruikbare informatie over de kwaliteit van de uitvoeringspraktijk van de Vlaamse overheid. Tekortkomingen in ons functioneren kunnen erdoor aan het licht worden gebracht. Klachten vormen dan ook een waardevol instrument van feedback vanwege de burger en kunnen als instrument worden gebruikt voor kwaliteitsverbetering.”

Mede om die reden wordt uitgebreide rapportage over de klachtenbehandeling ver-

plicht gesteld. Deze rapportage overloopt niet alleen de ontvangen klachten en het gevolg dat eraan gegeven is, maar formuleert ook conclusies en eventueel voorstellen tot bijsturing van dienstverlening en procedures. Het verslag moet voorgelegd worden aan de Vlaamse Ombudsdienst, de functioneel bevoegde minister en de minister-president, en opgenomen worden in het jaarverslag van de bestuursinstelling.

1.5.2 Bekendmaking van het Klachtrecht

De burger heeft niet alleen het recht om te klagen, hij heeft ook het recht te weten dat hij mag klagen. Alle briefwisseling met de burger moet de naam van de dossierbehandelaar vermelden. Waar nodig moet de burger gewezen worden op de mogelijkheid om klacht in te dienen over de wijze waarop hij behandeld is, en op de mogelijkheid om tegen het resultaat van die klachtbehandeling beroep in te stellen bij de Vlaamse Ombudsdienst. Om het de burger niet moeilijker te maken dan nodig wordt daarbij steeds verwezen naar de Vlaamse Infolijn, waar men steeds alle informatie kan krijgen over de wijze waarop en persoon bij wie men met zijn klacht terecht kan.

Om de burger te informeren over zijn nieuwe klachtrecht is in juni 2002 in samenwerking tussen de diensten van de Vlaamse regering en de Vlaamse Ombudsdienst een mediacampagne gevoerd, met een op grote schaal verspreide folder, advertenties in kranten en magazines, en radiospots. Advertenties en spots verwezen naar de – eveneens via de Vlaamse Infolijn gratis aan te vragen – folder die stap voor stap uitlegt wat de burger moet ondernemen om klacht in te dienen bij de Vlaamse overheid en aan welke vereisten zijn klacht moet voldoen.

1.6 Publicatie van Vlaamse regelgeving

Als officiële coördinatie van de Vlaamse regelgeving bevat de Vlaamse Codex de gecoördineerde versie van de teksten die uitgevaardigd zijn door de Vlaamse overheden, van Vlaams Parlement tot secretaris-generaal, voor zover die teksten in extenso gepubliceerd werden in het Belgisch Staatsblad. De Vlaamse Codex bestaat in drie vormen: hij wordt losbladig uitgegeven in gedrukte vorm, verschijnt als cd-rom met vier updates per jaar, en kan geraadpleegd worden via het internet (www.vlaanderen.be). De gedrukte versie omvat thans reeds 25 banden en telt ca. 500 abonnees. De website van de Codex wordt maandelijks ongeveer 6000 keer geraadpleegd.

Van meet af aan was het de bedoeling met de Vlaamse Codex niet alleen de nieuwe maar gaandeweg ook de oudere Vlaamse regelgeving te ontsluiten en daarbij terug te gaan tot 1971, toen de eerste autonome Vlaamse regelgeving ontstond. De verwachtingen over de snelheid waarmee dat gebeuren kon, dienden teruggeschoefd te worden. Het voorbije jaar kon de Codex drie jaar opschuiven, tot 1983. Hij beslaat thans dus een twintig jaar wetgeving.

2.1 Uitvoering van het Vlaams Regeerakkoord

Het Vlaams Regeerakkoord van juli 1999 blijft een belangrijke leidraad voor de klemtonen die de Vlaamse regering in haar communicatiebeleid legt. Uit wat volgt zal blijken dat wat in het eerste hoofdstuk "Een nieuw bestuurlijk beleid" geschreven is over communicatie, allemaal hetzij uitgevoerd hetzij in verregaande staat van uitvoering is. In de desbetreffende hoofdstukken van dit Jaarverslag wordt telkens dieper ingegaan op de wijze waarop deze beleidspunten gerealiseerd worden.

Met haar beslissingen van 8 december 2000 en 24 mei 2002 heeft de Vlaamse regering de krijtlijnen uitgezet voor de aanpak van het in het Regeerakkoord aangekondigde "geïntegreerd loket voor de gemeentelijke, provinciale en Vlaamse dienstverlening". De realisatie van het e-government heeft essentieel te maken met het hertekenen van administratieve processen, de samenwerking tussen verschillende diensten, en vereenvoudiging van de regelgeving. Maar de link met het communicatiebeleid ligt voor de hand, de uitbouw van een vernieuwde portaalsite en intense samenwerking met de Vlaamse Infolijn zijn daar sprekende voorbeelden van. Voor de bespreking van de stappen die inzake e-government gezet worden, kan verwezen worden naar hoofdstuk 7.1 (p.43).

Het Vlaams Regeerakkoord wil de communicatie van de Vlaamse overheid vraaggericht uitbouwen, vanuit de behoeften van de klanten, en wijst vanuit die invalshoek een centrale plaats bij de wegwijs- en eerstelijns-voorlichting toe aan de Vlaamse Infolijn. Uit hoofdstuk 6.1.3 (p.39) zal blijken dat de Vlaamse regering het voorbije jaar niet alleen beslist heeft de werking van de Vlaamse Infolijn gedurende vijf jaar voort te zetten, maar de Vlaamse Infolijn nu ook expliciet naar voren schuift als centraal aanspreekpunt voor de burger. Zij koppelt daar onder meer ook gevolgen aan vast voor het opstar-

ten van nieuwe infolijnen en de rol van de Vlaamse Infolijn daarbij.

Wat het aanbodgestuurde luik van de communicatie betreft kondigde de Vlaamse regering bij haar aantreden aan actief te willen "communiceren om haar beleidslijnen en actieprogramma's op regelmatige basis kenbaar te maken aan de publieke opinie. De bevolking heeft recht op duidelijke informatie over de aanwending van de publieke middelen, de doelstellingen van de overheid en de uitvoering van beleidslijnen en actieprogramma's." Met het project regionale beleidscommunicatie, dat de Vlamingen met de leuze "De Vlaamse overheid. Elke dag resultaat" sinds het voorjaar van 2002 wekelijks via vooral de regionale media informeert over de manier waarop zij haar beleidsdoelstellingen realiseert, geeft de Vlaamse regering zeer direct en op vernieuwende wijze uitvoering aan deze intentie. Zie hiervoor hoofdstuk 5.7 (p.34).

Het voornemen om een netwerk van Vlaamse en gemeentelijke voorlichtingsambtenaren uit te bouwen is gerealiseerd door de oprichting in 2001 van een Vlaams Overlegforum voor Communicatieambtenaren (VOCA) en de uitgave van de digitale nieuwsbrief Dito met informatie van de Vlaamse overheid voor gemeentelijke en provinciale voorlichters - cf. hoofdstuk 12.3.2 (p.71); zie ook Jaarverslag 2000, pp.66-7. De uitbouw van een "systematisch bekendmakings-, imago- en voorlichtingsbeleid ten aanzien van het buitenland" heeft het voorwerp uitgemaakt van de ambtelijke werkgroep die ten behoeve van de Vlaamse minister van Buitenlands Beleid een voorstel van strategisch plan Communicatie Vlaanderen Internationaal uitgewerkt heeft; zie hiervoor hoofdstuk 4.1 (p.25). Bij de eindredactie van dit Jaarverslag is nog niet duidelijk welke opties van dit voorstel daadwerkelijk uitvoering zullen krijgen.

Ten slotte stelt het Vlaams Regeerakkoord een "deontologische code voor de Vlaamse overheidscommunicatie" in het vooruitzicht, "met inbegrip van een controleregeling ter

bestrijding van politiek misbruik van overheidscommunicatie". Reeds in de loop van 2001 stemde de Vlaamse regering in met twee voorstellen van decreet die voorzien in een controleregeling voor de communicatie van de Vlaamse overheid in het algemeen en de regeringsmededelingen in het bijzonder; zie hoofdstuk 1.2 (p.9). Kort voor het jaareinde zette zij een stap verder met de goedkeuring van de Code van goede praktijk voor de communicatiecampagnes van de Vlaamse overheid; zie hoofdstuk 1.4 (p.15). Met deze Code engageert de Vlaamse regering zich in afwachting van de decretale regeling om de communicatie van de hele Vlaamse overheid te laten beantwoorden aan een consistente set kwaliteitsnormen.

2.2 Overige beleidsaccenten

Het beklemtonen van de centrale rol van de Vlaamse Infolijn in het vraaggestuurde communicatie-aanbod van de Vlaamse overheid werd budgettair vertaald in een gestage en uitgesproken stijging van het werkingsbudget voor de Vlaamse Infolijn tot 3.611.000 euro in 2002. De realisatie van de nieuwe portaalsite www.vlaanderen.be noodzaakte belangrijke extra-kredieten voor internet en intranet in 2001. Het gezamenlijke budget voor de algemene communicatie van de Vlaamse regering en de ondersteuning vanuit het centrale budget van de eigen communicatie van de ministers bleef in 2002 nagenoeg onveranderd, nadat het in 2001 ingrijpend verhoogd was ten nadele van de eigen communicatiekredieten van de ministers. Zowel voor 2001 als 2002 besliste de Vlaamse regering bij de begrotingsopmaak binnen het centrale communicatiebudget een substantiële begrotingspost te voorzien voor de sectorale communicatie van de ministers. Dit provisioneel krediet werd dan telkens in het voorjaar verdeeld over de tien ministers. Zie hiervoor hoofdstuk 11.2 (p.68).

Eind maart 2002 besliste de Vlaamse regering een Protocol af te sluiten met de regionale tv-sector. De optie om de regionale

televisiezenders op deze wijze gedurende drie jaar onrechtstreeks te verzekeren van financiële steun, betekent de facto een versterking van het aandeel van de regionale televisie in de totale mediabestedingen van de Vlaamse overheid.

Het project Kleurrijk Vlaanderen (zie hoofdstuk 5.8, p.36) is uitgegroeid tot een belangrijk accent binnen de totale communicatie van de Vlaamse overheid. Met dit project wil de Vlaamse regering het toekomstdenken in Vlaanderen stimuleren, een zo breed mogelijke groep Vlamingen actief laten nadenken en debatteren over de uitdagingen waar Vlaanderen de komende twintig jaar voor staat samen met de antwoorden die daarop geformuleerd kunnen worden. De eerste fase richtte zich tot een vrij beperkte doelgroep van specialisten en inhoudelijk betrokkenen en culmineerde in november 2001 in de ondertekening door de Vlaamse regering en de sociale partners van het Pact van Vilvoorde. Vanaf 2002 verlegt het project de klemtoon naar de sensibilisering en informatievoorziening van de hele bevolking en het brede Vlaamse middenveld.

Bij dit overzicht dient ten slotte nog verwezen naar de beslissing van de Vlaamse regering, in het kader van de reorganisatie van de hele Vlaamse overheidsadministratie, om de communicatie straks onder te brengen bij de diensten van de minister-president. De Vlaamse regering beschouwt de centrale media-aankoop alvast als een vorm van centrale dienstverlening waarvan het gebruik verplicht opgelegd wordt aan alle administratieve geledingen van de Vlaamse overheid; zie hoofdstuk 5, p.27.

3.1 Persvoorlichting van de Vlaamse regering

In 2001 werden na afloop van de vergaderingen van de Vlaamse regering 196 persmededelingen (2000: 264) verspreid en werden er 24 persconferenties (2000: 21) georganiseerd. De organisatie van een persconferentie na de (doorgaans vrijdagse) gewone vergadering van de Vlaamse regering is de voorbije paar jaar uitgegroeid tot een vaste traditie, waar enkel van afgeweken wordt wanneer noch de agenda van de vergadering noch de actualiteit voldoende aanknopingspunten verschaffen.

Het persreglement van de Vlaamse regering en de toepassing ervan zijn ongewijzigd gebleven, evenals de manier van samenwerken tussen de woordvoerders van de Vlaamse ministers en de informatieambtenaar voor de redactie en eindredactie van de persmededelingen. De beslissing van de Vlaamse regering in maart 2001 om bij de aanvang van de vergadering de agenda van de Vlaamse regering via e-mail te verspreiden bij de algemene informatiemedia die van nabij de werkzaamheden van de Vlaamse regering volgen, is stipt uitgevoerd en lokte gunstige reacties uit bij de betrokken journalisten.

Daarnaast stonden de ministeriële kabinetten ook in voor de verspreiding van 383 eigen persmededelingen (2000: 488) via het Belgasysteem (zie hoger), dat is een gemiddelde van 35 per maand (2000: 44). De frequentie waarmee de verschillende ministers eigen persmededelingen versturen, varieert sterk. Omwille van technische problemen heeft het kabinet van één Vlaams minister trouwens nog geen rechtstreekse toegang tot het Belganetwerk.

3.2 Persvoorlichting van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap

Via de informatieambtenaar werden in 2001 door de administratie van het ministerie van

de Vlaamse Gemeenschap 30 persmededelingen verspreid (2000: 55). Bij dit aantal is geen rekening gehouden met de persberichten ter aankondiging van wegenwerken, waarvan verder in dit hoofdstukje sprake. Vergeleken met de veel intensievere persvoorlichting vanuit de ministeriële kabinetten blijft de rechtstreekse persvoorlichting vanuit de administratie dus een bescheiden fenomeen, dat bovendien niet de neiging vertoont uit te breiden - het voorbije jaar zelfs het tegenovergestelde. Het beperkt zich doorgaans tot mededelingen van eerder administratieve of dienstverlenende aard.

Verder waren er ook nog 86 persberichten (2000: 78) ter aankondiging van wegwerkzaamheden. Voor verdere informatie in dit verband kan verwezen worden naar Jaarverslag 2000, p.20.

De aanpak met ambtelijke woordvoerders die door hun departement, administratie of afdeling gemandateerd zijn om vragen vanuit de media te beantwoorden, bleef het voorbije jaar van kracht en gaf geen aanleiding tot problemen. In sectoren waar veel vragen van journalisten te beantwoorden vallen, zoals bijvoorbeeld in verband met de Vlaamse belastingen (kijk- en luistergeld en onroerende voorheffing), kunnen de woordvoerders ondertussen voldoende ervaring opdoen en samenspraak opbouwen met de ministeriële woordvoerder, en heeft deze aanpak zijn deugdelijkheid bewezen. Heel wat ambtelijke woordvoerders krijgen evenwel relatief weinig vragen te behandelen, zodat hun ervaring op dit punt beperkt blijft. Naar gelang van het betrokken kabinet kunnen ook totaal verschillende afspraken tussen de ministeriële en de ambtelijke woordvoerder gelden. Een en ander betekent dat het ambtelijk woordvoerderschap op de verschillende plaatsen verregaand verschillend ingevuld wordt.

3.3 Verspreiding van persmededelingen

3.3.1 Digitale verspreiding

Voor de verspreiding van de persmededelingen van de Vlaamse regering, de Vlaamse ministers en het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap wordt samengewerkt met het nieuwsagentschap Belga. Ter uitvoering van een driejarig contract (2001-2003) staat Belga in voor de simultane verspreiding van de perscommuniqués van de Vlaamse overheid via verschillende kanalen: on line op de beeldschermen van alle Belga-abonnees en per multifax naar een aantal andere media-bestemmingen; dezelfde teksten verschijnen ook op de portaalsite www.vlaanderen.be en worden verspreid via e-mail. De belangstelling voor een gratis abonnement op de persmededelingen van de Vlaamse overheid blijft sterk groeien: op één jaar tijd steeg het aantal e-mailabonnees - zonder enige promotie - van 9600 in mei 2001 tot 12.530 in mei 2002, of dus 30 %.

Aan die mailabonnees kon het voorbije jaar nochtans een slechts verre van perfecte dienstverlening aangeboden worden. Problemen die te maken hadden met de outsourcing van de informatica van het ministerie aan een gespecialiseerd bedrijf en de soms moeilijke technische samenwerking tussen verschillende externe partners waren er verantwoordelijk voor dat de persberichten gedurende een hele poos niet bij de bestemmingen terechtkwamen. Een tijdlang bleek het ook onmogelijk de communiqués te publiceren op de portaalsite. Om dezelfde redenen is ook de reeds in vorige jaarverslagen aangekondigde mogelijkheid om zich gratis te abonneren op een thematische selectie van de persmededelingen nog steeds niet gerealiseerd. De informatieambtenaar betreurt dit ten zeerste.

3.3.2 Aanbeveling

Het gebrek aan bedrijfszekerheid bij de verzending van persmededelingen naar de e-mailabonnees en de portaalsite legt een hypotheek op de persvoorlichting van de Vlaamse overheid. De informatieambtenaar dringt erop aan dat een volstrekte prioriteit gemaakt wordt van de bedrijfszekere werking van deze applicatie. Hetzelfde geldt voor de mogelijkheid tot abbonering op thematische selecties van de persmededelingen. Heel wat mensen, organisaties en verenigingen zijn geïnteresseerd om op geregelde basis via digitale weg informatie over het beleid en de dienstverlening van de Vlaamse overheid toegestuurd te krijgen, doch slechts voor één of hoogstens enkele sectoren. De mogelijkheid tot thematisch abonneren is dan ook van groot strategisch belang voor de ontwikkeling van het digitaal informatieaanbod, en dient daarom prioritair gerealiseerd te worden.

Voorlichting van de buitenlandse pers en imago van Vlaanderen in het buitenland

4.1 Communicatiestrategie Vlaanderen Internationaal

Het Jaarverslag 2000 (pp.21-22) verwees naar de activiteiten van de Werkgroep Imago Vlaanderen Internationaal, die in opdracht van de minister-president een communicatiestrategie moest uitwerken voor de verbetering van de bekendheid en het imago van Vlaanderen in het buitenland. Ondertussen ging op 1 augustus 2001 de bevoegdheid voor het buitenlands beleid evenwel over van de minister-president naar Vlaams minister Paul Van Grembergen. De Werkgroep werd ontbonden. Doch dat betekende niet het einde van de belangstelling voor de internationale-communicatiedimensie. Want de nieuwe Vlaamse minister van Buitenlands Beleid, die in zijn Beleidsbrief Buitenlands Beleid 2002 de miserie van het Vlaamse buitenlandse beleid omschreef als "Vlaanderen een gezicht geven in de wereld", gelastte in het voorjaar 2002 een beperkte ambtelijke werkgroep met de opmaak op korte termijn van een Communicatiestrategie Vlaanderen Internationaal. De werkgroep liet zich daarbij methodologisch ondersteunen door een gespecialiseerd adviesbureau en kon voortbouwen op het voorbereidende werk van de eerdere werkgroep, waaronder de resultaten van een kwalitatief onderzoek naar het imago van Vlaamse producten, diensten, instellingen en eigenschappen in twaalf Europese landen en vier landen daarbuiten. De werkgroep leverde zijn ontwerp van communicatiestrategie met bijbehorend actieplan begin mei bij de minister in. Op het ogenblik dat de redactie van dit Jaarverslag afgesloten wordt, onderzoekt de minister nog welke beleidsmatige conclusies hij aan deze communicatiestrategie zal verbinden.

Het door de werkgroep ontwikkelde ontwerp van communicatiestrategie omschrijft de gewenste perceptie van Vlaanderen in het buitenland, identificeert de prioritaire doelgroepen van communicatie-acties, formuleert de communicatiedoelstellingen voor

elk van die doelgroepen met het oog op het bereiken van de gewenste perceptie, en geeft aan welke boodschappen Vlaanderen aan die doelgroepen wil meegeven in functie van de beoogde doelstellingen. Zonder hier reeds dieper te kunnen ingaan op de details van het Actieplan, kan toch al gesteld worden dat het onder andere een belangrijke rol toekent aan de website www.flanders.be, die uitgebouwd zou moeten worden tot een volwaardige portaalsite met vele links naar Engelstalige Vlaamse sites, en groot belang hecht aan de intensieve en regelmatige informatievoorziening van de vele buitenlandse mediacorrespondenten die in Brussel gestationeerd zijn. Ongetwijfeld zal in een volgend jaarverslag grondiger ingegaan kunnen worden op het Actieplan en de elementen ervan die de bevoegde minister bij voorrang uitgevoerd wil zien.

4.2 Knipselkrant Focus on Flanders

Ook het al dan niet voortzetten van het project Focus on Flanders zal deel moeten uitmaken van het Actieplan dat aansluit op de Communicatiestrategie Vlaanderen Internationaal. In afwachting van dit totaalplan heeft de Vlaamse minister van Buitenlands Beleid in september 2001 voor een vierde opeenvolgende jaargang de uitgave van deze knipselkrant mogelijk gemaakt door de afname van 1450 abonnementen. Deze knipselkrant verschijnt tweemaal per week in drie taalversies (Engels, Frans en Duits), wordt gepubliceerd door de uitgeverij Lannoo en brengt een vertaalde selectie van de voor een buitenlands publiek meest relevante artikelen uit de Vlaamse dag- en weekbladpers. Hij is bedoeld voor wie beroepshalve met Vlaanderen te maken heeft maar geen Nederlands kent en dus ook geen Vlaamse kranten lezen kan. De buitenlandse mediacorrespondenten vormen een der voornaamste doelgroepen van door de Vlaamse overheid betaalde abonnementen. Hoewel Focus on Flanders zowel in gedrukte als digitale versie verschijnt, neemt het belang

van de gedrukte versie in snel tempo af ten voordele van verzending via e-mail.

4.3 Belgisch EU-voorzitterschap

Het Belgische voorzitterschap van de EU van juli tot december 2001 was het eerste waarbij ook de deelstaten actief betrokken waren. Vlaanderen wou de gelegenheid te baat nemen om het belang van de constitutionele regio's in de Europese constructie te beklemtonen en heeft daartoe ook enkele communicatie-initiatieven genomen.

Sommige formele en informele raden werden voorgezeten door Vlaamse ministers, en Vlaamse ministers organiseerden ook heel wat conferenties naar aanleiding van het voorzitterschap. Omdat deze evenzoveel kansen vormden om Vlaanderen en de Vlaamse standpunten internationaal te profileren, was bijzondere aandacht voor de bekendmaking ervan bij de internationale pers aangewezen. De administratie Buitenlands Beleid schakelde daartoe één gespecialiseerd communicatiebureau in, voor de coördinatie en ondersteuning van alle voorlichting van de buitenlandse pers bij alle Europese ministerraden en conferenties die uitgingen van Vlaamse ministers. Dezelfde administratie ontwikkelde ook een Vlaams deelluik bij de website www.eu2001.be die de federale overheid naar aanleiding van het voorzitterschap opzette, met een breed aanbod van teksten en documentatie betreffende de specifiek Vlaamse initiatieven. De site was en is beschikbaar in het Nederlands, Frans, Engels en Duits. Voor alle journalisten, diplomaten en andere deelnemers aan de Europese manifestaties werd ook een documentatiepakket met cd-rom en brochure over Vlaanderen aangemaakt.

De Vlaamse regering wou het Belgisch EU-voorzitterschap aangrijpen om Europa en de Europese eenwording ook ten aanzien van de publieke opinie in Vlaanderen meer draagvlak en legitimatie te geven. Omwille van het groeiende belang van Europa en de relatieve onbekendheid van de Europese

dimensie bij jongeren werd geopteerd voor een jongerencampagne. Teneinde het jonge publiek aan te spreken werd afgezien van een traditionele mediacampagne maar werd integendeel op zoek gegaan naar een alternatieve campagneformule die toch maximale kansen zou bieden om jongeren te bereiken. Uiteindelijk werd geopteerd voor een combinatie van enerzijds een informatieve website en anderzijds een tentoonstellingsboot die een aantal Vlaamse steden aandeed; om extra-aandacht voor de boot op te wekken werd in elk van die steden een jongerenfuif gehouden. De campagne maakte achteraf het voorwerp uit van interpellaties in het Vlaams Parlement. In zijn antwoord wees de minister-president op de met meer dan 127.000 hits zeer behoorlijke belangstelling voor de website, maar gaf hij toe dat de belangstelling voor boot en fuiven tegengevallen was, mede wellicht omdat het evenement noodgedwongen samenviel met de examenperiode in het onderwijs.

Mediacampagnes zijn uitgegroeid tot essentiële instrumenten van de Vlaamse overheidscommunicatie. Voor de ontwikkeling van die overheidscommunicatie is ondersteuning bij de professionalisering van de campagnevoering daarom van het grootste belang. De informatieambtenaar heeft daar de voorbije jaren een absolute prioriteit van gemaakt. In het Jaarverslag 2000 (pp.24-32) is uitgebreid ingegaan op de wijze waarop die ondersteuning ontwikkeld is en welke vormen zij aanneemt. Dat overzicht wordt hier niet hernomen. Hieronder wordt enkel ingegaan op evoluties die zich sindsdien voorgedaan hebben en, wat de centrale media-aankoop betreft, de specifieke gegevens voor 2001.

Voor het overzicht van de vele campagnes die het voorbije jaar gevoerd zijn wordt verwezen naar hoofdstuk 10 (pp. 52), dat de communicatie-acties overloopt per departement van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. Dit algemene hoofdstuk over voorlichtings- en sensibiliseringscampagnes besteedt wel afzonderlijk aandacht aan de overkoepelende campagne Regionale Beleidscommunicatie en aan het project Kleurrijk Vlaanderen, dat immers van de hele Vlaamse regering uitgaat.

5.1 Centrale media-aankoop

De Vlaamse regering en de hele Vlaamse overheid kopen hun advertentieruimte en zendtijd in de Vlaamse media centraal aan via de informatieambtenaar van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. De media of hun federaties hanteren daarvoor exclusieve kortingen, en de Vlaamse overheidsdiensten hebben de garantie dat de aankoop van mediaruimte via deze centrale media-aankoop steeds de goedkoopste wijze van media-aankoop is.

De centrale media-aankoop wordt algemeen toegepast binnen de diensten van de Vlaamse regering. Ook de meeste - hoewel niet alle - Vlaamse openbare instellingen en

steeds meer fondsen die van de Vlaamse overheid afhangen, maken er gebruik van.

5.1.1 Aanbod en wijze van samenwerken

Dankzij het systeem van de centrale media-aankoop kan mediaruimte worden aangekocht bij zowat het hele aanbod van media in Vlaanderen. Het aanbod is het voorbije jaar nog uitgebreid met onder meer de themazender Vitaya, de commerciële radiozenders Q Music en 4 FM en een aantal magazines van de periodieke pers. Ook de reclameregie Streep, die exclusief instaat voor de verkoop van advertentieruimte in, op en omheen de bussen en trams van De Lijn, is toegetreden tot het systeem van centrale media-aankoop via de informatieambtenaar.

Het door de Vlaamse overheid toegepaste systeem van centrale media-aankoop werkt deels op basis van overeenkomsten met mediafederaties, en deels op basis van eenzijdige engagementen van media. Dit laatste is vooral het geval voor de audiovisuele media, zoals de VRT (via de VAR), VTM en VT4, de thema-televisiezenders en de commerciële radiozenders. Maar ook de affichagesector en de reclameregie van De Lijn werken met de Vlaamse overheid samen op basis van eenzijdige engagementsbrieven, waarbij de regie of het medium zich verbindt tot exclusieve kortingen voor de media-aankopen van de Vlaamse overheid.

Zowat de hele printsector wordt bestreken door het Protocol met de geschrevenperssector. Dit (tweede) driejarige protocol, dat afgesloten was voor de periode 1998-2000, werd in 2002 voor een tweede keer met een jaar verlengd. Ook de regionale televisie maakt sinds 2002 het voorwerp uit van een samenwerkingsprotocol met de Vlaamse regering - zie verder.

5.1.2 Overzicht van de media-bestedingen

De totale mediabesteding van de Vlaamse overheid steeg in 2001 met meer dan de helft ten opzichte van 2000 : van 290,4 miljoen Belgische frank in 2000 tot 454,1 miljoen fr. in 2001. Deze totale stijging met 163,8 miljoen fr. of 56,4 % was vooral het resultaat van stijgende media-aankoop bij - in dalende

volgorde - de commerciële televisie (+ 39,2 miljoen fr.), de regionale televisie (+ 35,9 miljoen fr.), VRT radio (+ 31,5 miljoen fr.), VRT tv (+ 25,3 miljoen fr.) en de weekbladen (+ 18,8 miljoen fr.).

De totale reclamebesteding van de Vlaamse overheid op televisie nam met bijna 130 % toe (+ 108,5 miljoen fr., dat is een stijging met 127,7 %). Bij de landelijke televisie was

Mediabestedingen van de Vlaamse overheid via centrale media-aankoop 1999-2001 in Belgische frank, incl. BTW¹

soort medium	1999	2000	2001	% in 2001	evolutie '00-'01 ²
kranten	127.912.473	80.576.820	76.835.165	16,9 %	- 10,8 %
weekbladen	85.804.465	69.113.275	87.873.978	19,4 %	- 4,4 %
periodieke pers	8.330.610	12.749.379	13.867.580	3,1 %	- 1,3 %
huis-aan-huis pers	5.746.165	9.736.121	6.931.834	1,5 %	- 1,8 %
gratis pers ³	0	1.301.544	6.930.717	1,5 %	+ 1,1 %
totaal print	227.793.713	173.477.139	192.439.274	42,4 %	- 17,3 %
VRT radio	11.841.188	15.386.210	46.897.383	10,3 %	+ 5,0 %
commerciële radio	0	2.400.966	8.941.119	2,0 %	+ 1,2 %
totaal radio	11.841.188	17.787.176	55.838.502	12,3 %	+ 6,2 %
VRT tv	15.352.173	34.959.972	60.304.675	13,3 %	+ 1,3 %
commerciële tv	35.334.185	23.644.162	62.825.738	13,8 %	+ 5,7 %
regionale tv	21.929.136	26.135.348	62.061.969	13,7 %	+ 4,7 %
thema-tv ⁴	0	260.283	8.342.451	1,8 %	+ 1,7 %
totaal tv	72.615.494	84.999.765	193.534.833	42,6 %	+ 13,3 %
affichage ⁵	3.986.026	14.087.735	10.433.661	2,3 %	- 2,6 %
andere	0	0	1.880.162	0,4 %	+ 0,4 %
algemeen totaal	316.236.421	290.351.815	454.126.432	100,0 %	

1. De cijfers hebben betrekking op verschijning in het jaar in kwestie, niet op het ogenblik van de aankoop van de mediaruimte.
2. Deze kolom geeft de evolutie van 2000 naar 2001 aan van het aandeel in de totale mediabesteding - een voorbeeld: het aandeel van de kranten in de totale media-aankoop verminderde van 27,7 % van de totale media-aankoop in 2000 naar 16,9 % in 2001, dat is een daling met 10,8 %.
3. Metro en De Zondag.
4. TMF, Kanaal Z en Vitaya.
5. inclusief Boomerang en Vespasius.

de verhoging meer uitgesproken voor de commerciële televisie dan voor de openbare omroep: VTM steeg met 24,8 miljoen fr. of 112,2 %, en VT4 was met 16 miljoen fr. (tegenover 1,6 miljoen in 2000, bijna een vertienvoudiging dus) voor het eerst een serieuze leverancier van mediaruimte voor de Vlaamse overheid; VRT tv steeg met 72,5 %. De meer dan verdubbeling voor de regionale televisie (+ 35,9 miljoen fr., een stijging met 137,5 %) was vooral het gevolg van een paar heel grote campagnes die volledig via de regionale omroepen gevoerd werden : de campagne ruimtelijke ordening en de innovatiecampagne Enter 21 waren samen goed voor 47,7 miljoen fr., of 76,8 % van de totale mediabesteding bij de regionale tv. Bij de nationale tv-zenders daarentegen had de groei te maken met de toename van het aantal campagnes, bij VRT-tv van 9 in 2000 naar 17 in 2001, bij VTM van 6 in 2000 naar 11 in 2001. Na een eerste bescheiden aanwezigheid in 2000 zijn nu ook de thematische tv-zenders (TMF, Vitaya en Kanaal Z, samen + 8,1 miljoen fr.) substantiële partners geworden in de mediabesteding.

De toename van de reclamebestedingen van de Vlaamse overheid op de radio was nog meer uitgesproken dan bij de televisie, namelijk een verdrievoudiging: + 38,1 %, een stijging met niet minder dan 213,9 %. Dat was vooral een gevolg van de verdrievoudiging van de reclame-aankoop bij VRT-radio (+ 31,5 miljoen fr., of + 204,9 %). Ook de commerciële radio's (+ 6,5 miljoen fr.) zijn voor het eerst substantieel aanwezig in het plaatje van de media-aankoop.

Hoe dan ook is de Vlaamse overheid een groot aankoper van zendtijd bij haar eigen omroep geworden: in 2000 ging het om een bedrag van 50,3 miljoen fr., in 2001 om niet minder dan 107,2 miljoen. Bij de commerciële televisie ging bijna drie keer zoveel naar VTM als naar VT4.

In 2001 ging ongeveer een even groot deel van de mediabestedingen naar televisie (42,6 %) als naar de printmedia (42,3 %), 12,3 %

was bestemd voor de radio en 2,3 % voor affichage. Een totaal ander plaatje dus dan in 2000, toen de geschreven pers nog goed was voor bijna 60 % van de totale media-aankoop. Op drie jaar tijd is het aandeel van de printmedia in de media-aankoop gedaald met 30 %, het totale aandeel van de audio-visuele media meer dan verdubbeld tot bijna 55 %.

Voor het tweede jaar op rij daalde het aandeel van de dagbladen, niet alleen procentueel maar ook in absolute cijfers. De daling in 2001 (- 3,7 miljoen fr.) was weliswaar lang niet meer zo spectaculair als in 2000 (- 47,3 miljoen fr.), maar valt toch minstens evenveel op rekening houdend met de zeer forse toename van de totale besteding. Op twee jaar tijd is het aandeel van de dagbladpers in de media-aankoop van de Vlaamse overheid daarmee weggezakt van 40,4 naar nog amper 16,9 %.

De stijging met 18,8 miljoen fr. van de media-aankoop bij de weekbladen maakte de daling (- 16,7 miljoen fr.) bij die sector het jaar voordien meer dan goed, maar kon niet beletten dat het aandeel van de magazines in de totale media-aankoop op twee jaar tijd toch gezakt is met 7,7 %. De gratis niet-huis-aan-huis bladen (De Zondag en Metro) zijn ondertussen met 6,9 miljoen fr. goed voor 1,5 % van de totale media-aankoop.

5.1.3 Dossiers media-aankoop

In 2001 werden in het kader van de centrale media-aankoop 114 campagnes of advertentiedossiers behandeld, dat is net iets meer dan in 2000 (111) en heel wat meer dan de jaren voordien (80 in 1999, en 63 in 1998). Een dossier kan zowel betrekking hebben op een uitgebreide multimediale campagne als op een kleine administratieve mededeling of zelfs een rouwbericht in enkele kranten. Het kleinste advertentiedossier betrof een aankoop van zendtijd op een regionale tv-zender voor een bedrag van 45.000 fr.

Van de totale mediabesteding in 2001 werd 419,8 miljoen fr. of 92,4 % aangekocht ten behoeve van de diensten van het ministerie

van de Vlaamse Gemeenschap, en 34,3 miljoen of 7,6 % ten behoeve van de Vlaamse openbare instellingen. Dat is voor de openbare instellingen een flinke vermindering ten opzichte van het voorgaande jaar, toen zij nog 17,4 % van de centrale media-aankoop voor hun rekening namen. De diensten van het ministerie waren goed voor 91 aankoopdossiers, de openbare instellingen voor 23.

5.1.4 Kortingen

Zoals reeds aangegeven verbinden de media(federaties) die deelnemen aan de centrale media-aankoop zich tot exclusieve kortingen ten behoeve van de Vlaamse overheid. Zo kon de bundeling van alle media-aankopen van de Vlaamse overheid in het systeem van centrale media-aankoop in 2001 resulteren in een gemiddelde korting van 31 % (2000: 28,9 %) op de normale commerciële tarieven. Dat kwam neer op een besparing van niet minder dan 165,5 miljoen fr. (2000: 97,2 miljoen fr.) ten voordele van de Vlaamse overheid.

5.2 Protocol met de regionale tv-sector

Op 29 maart 2002 keurde de Vlaamse regering een Protocol met de Vlaamse regionale tv-sector goed. Met dit protocol engageert de Vlaamse regering zich om gedurende drie jaar (2002-2004) telkenjare voor een totaalbedrag van 1.860.000 euro (inclusief BTW) zendtijd voor overheidscommunicatie (gaande van themareclamespots en programma-sponsoring tot coproducties en aankondigingen op kabelkrant of teletekst) aan te kopen bij de Vlaamse regionale tv-omroepen, en garanderen de regionale zenders de hele Vlaamse overheid hiervoor exclusieve kortingen. Het protocol combineert de noodwendigheden van het communicatiebeleid van de Vlaamse regering met de bekommernis om de Vlaamse regio-tv's op een meer gestructureerde wijze financieel te steunen.

Verscheidene regionale televisiezenders hebben het financieel moeilijk en dringen al langer bij de Vlaamse overheid aan op ondersteuning. Naar aanleiding van deze vraag belastte de Vlaamse minister bevoegd voor Media een onafhankelijk bureau met een onderzoek naar de economische leefbaarheid van de regionale televisieomroepen. Het onderzoek, waarvan de resultaten in april 2001 aan het Vlaams Parlement voorgelegd werden (zie ook Jaarverslag 2000, p.26), concludeerde onder meer dat het met het oog op de ondersteuning van de economische leefbaarheid van de zenders opportuun kan zijn de regionale tv in te schakelen voor overheidscommunicatie, en verwees hierbij naar het voorbeeld van het protocol met de sector van de geschreven pers.

Het protocol is afgesloten met de nv RTVM, dat is de overkoepelende reclamewervingsregie voor alle regionale tv-zenders. RTVM is eigendom van de mediagroepen Roularta (1/3), De Persgroep (1/3) en de RUG/Concentra/De Vlijt (1/3) en verzorgt in exclusiviteit de werving van alle supraregionale reclame voor alle regionale tv-omroepen. Het protocol vervangt de bestaande samenwerkingsmodaliteiten tussen RTVM en Vlaamse overheid en betekent voor de Vlaamse overheid een substantiële verbetering van de aangeboden kortingen. Een belangrijk punt voor de regionale omroepen: de commissie die zij moeten betalen aan RTVM wordt geplafonneerd op een vast percentage, en uitbesteding door RTVM van een deel of het geheel van zijn taken aan een derde kan geen aanleiding geven tot een verhoging van dat percentage. De overeengekomen kortingen zijn in alle gevallen groter dan de kortingen die via andere aankoopkanalen bekomen kunnen worden. Aankoop van mediaruimte via dit protocol is dus altijd de goedkoopste vorm van media-aankoop voor de Vlaamse overheid. Voor de praktische realisatie en opvolging van het protocol is een begeleidingscomité opgericht waarin zowel de Vlaamse overheid als RTVM en de regionale tv-omroepen vertegenwoordigd zijn.

5.3 Uitbesteding van campagnes

Ook op de uitbesteding van campagnes en de samenwerking met de reclamesector is uitgebreid ingegaan in de Jaarverslagen 1999 (pp.22-25) en 2000 (pp.27-29). Het voorbije jaar werd er ook hard gewerkt aan de ondersteuning van diensten en ministeriële kabinetten bij de uitbesteding van hun campagnes, zowel in het algemeen (bijvoorbeeld met de verdere verfijning van voorbeeldbestekken en terbeschikkingstelling van de Argus-software voor de beoordeling van offertes) als bij concrete dossiers. Vier medewerkers van de informatieambtenaar staan half- tot bijna voltijds in voor de begeleiding van uitbestedingsprocedures en de verdere begeleiding van de diensten bij de realisatie van campagnes. Zij doen daarbij ook aan kwaliteitszorg die het eindproduct ten goede komt, door bijvoorbeeld de cel Taaladvies systematisch in te schakelen.

Een opvallende vaststelling is dat het aantal communicatiebureaus dat belangstelling heeft om opdrachten uit te voeren voor de Vlaamse overheid, groot is en verder blijft toenemen. Hoewel de cel Externe Communicatie lang niet alle uitbestedingen van campagnes bij het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap kan volgen, zijn de cijfers van de campagnes die zij in 2001 begeleid heeft, in dit verband interessant. De cel heeft vorig jaar 39 aanbestedingsprocedures inzake overheidscampagnes begeleid. Daarbij dongen in totaal 83 verschillende bureaus mee naar de diverse opdrachten. Zij dienden samen 234 dossiers in. 39 opdrachten werden binnengehaald door slechts 19 bureaus, wat betekent dat 64 inschrijvers met lege handen achterbleven. Het zijn daarbij lang niet altijd de gevestigde bureaus die het meest succesvol blijken. Het was bijvoorbeeld een nieuw bureau dat met 5 opdrachten op 9 kandidaturen - of 56 % - de lijst van de bureaus met de grootste succesratio aanvoerde. Een selectieve deelname aan competitities lijkt overigens aangewezen: het bureau dat het vaakst inschreef (voor 18 van de 39 opdrachten), kreeg de opdracht slechts

toegewezen in 5 gevallen, wat gelijkstaat met 28%. Er waren ook 5 inschrijvers die 100% scoorden, maar dat had alles te maken met het feit dat ze de enige opdracht waarvoor ze inschreven, ook binnenhaalden. Er wordt op toegezien dat de gunningsverslagen grondig gemotiveerd worden. Bureaus die de opdracht niet gegund krijgen, hebben de mogelijkheid om hun uittreksel van het gunningsverslag in te kijken. Dat brengt op zich een leerproces op gang en wordt gewaardeerd. Het zorgt er wellicht mee voor dat vele bureaus die nog geen opdracht binnenhaalden zich toch blijven inschrijven voor overheidscompetities.

De door de bureaus ten behoeve van de Vlaamse overheid uitgewerkte campagneconcepten zijn veelal van een zeer bevredigende kwaliteit. Enkele campagnes scoorden erg hoog inzake creativiteit, een paar behaalden zelfs prijzen. Zo kreeg een spot voor de campagne die bedoeld was om jongeren warm te maken voor het lerarenberoep, de Best of Direct Marketing and Direct Response TV Award, toegekend door het Belgisch Direct Marketing Verbond. En de tv-spot voor de campagne Energie sparen werd bekroond met de gouden CCB Award van de Creative Club of Belgium en haalde de finale op het reclamefestival van New York.

In de Commissie voor Institutionele en Bestuurlijke Hervorming en Ambtenarenzaken van het Vlaams Parlement beantwoordde de minister-president op 5 februari 2002 vragen over de uitbesteding van campagnes. Hij deed dat in antwoord op interpellaties in verband met campagnes van de Vlaamse overheid, waaronder de Euronautiluscampagne en de uitbesteding van verscheidene campagnes aan het bureau Slangen & Partners. De minister-president beklemtoonde dat alle Vlaamse ministers en hun diensten zich zowel bij die concrete uitbestedingen als in het algemeen steeds streng houden aan de Europese en Belgische regelgeving inzake overheidsopdrachten. Hij verwees naar de goedkeuring door de Vlaamse regering van de Code van goede praktijk

voor de communicatiecampagnes van de Vlaamse overheid (zie hoofdstuk 1.4, p.15) als garantie voor de uitbesteding en realisatie van zo professioneel en verantwoord mogelijke campagnes. Hij ging ook in op de bestaande onverenigbaarheden voor deelnemende bureaus, en bevestigde in dit verband dat communicatiebedrijven die werken en gewerkt hebben voor politieke partijen niet uitgesloten kunnen worden van deelname aan competities voor campagnes van de Vlaamse overheid. Er bestaat immers geen rechtsgrond voor een dergelijk verbod, dat eigenlijk zou neerkomen op een soort Berufsverbot. Een persoon die contractueel verbonden is aan de overheid, kan wel meedingen naar overheidsopdrachten, maar hij of zij kan op generlei wijze tussenbeide komen bij de gunning van en het toezicht op de uitbesteding van die overheidsopdracht.

5.4 Pretesting van campagnes

In het vorige Jaarverslag (pp.29-30) werd al gewezen op de noodzaak om campagnevoorstellen vooraf te testen. In het najaar van 2001 lanceerde de cel Externe Communiatie een aanbesteding waarbij werd gezocht naar een methodiek die toelaat om campagnevoorstellen snel en kwalitatief te testen bij een beperkt maar representatief staal van de doelgroep van die campagne. Ook de concrete uitvoering van de pretesting werd uitbesteed. De kosten hiervoor worden aangerekend op het centrale communicatiebudget. De diensten van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap kunnen gratis gebruik maken van deze dienstverlening bij de voorbereiding van hun campagnes, zij het dat in deze eerste fase slechts een beperkt aantal campagnes in aanmerking genomen kunnen worden.

Een korte toelichting bij de methodologie, die werkt met twee soorten vragenlijsten. Er is een vragenlijst voor het testen van concepten, en er is een vragenlijst voor het testen van (bijna) afgewerkte producten. Het is mogelijk om concepten te testen tijdens de aanbestedingsprocedure. De resul-

taten van de pretest kunnen de keuze voor een bepaald bureau ondersteunen, zonder echter die keuze daar volledig te laten van afhangen. Tijdens zulk een pretest worden doorgaans meerdere concepten (maximaal zes) getest. Maar ook in een volgende fase, bij de uitvoering van het communicatieproject, kan een (bijna) afgewerkt communicatieproduct eveneens aan een pretest worden onderworpen om na te gaan of er geen ultieme wijzigingen aangebracht moeten worden, bijvoorbeeld met het oog op de verstaanbaarheid.

De pretesten worden afgenomen via kwalitatief marktonderzoek. Per getest communicatieproduct worden twintig respondenten ondervraagd uit de doelgroep die de campagne beoogt. De interviews gebeuren face-to-face bij de respondenten thuis met behulp van een draagbare pc, en nemen ongeveer een halfuur in beslag. Daarbij wordt gepeild naar het algemeen imago van de Vlaamse overheid, de impact van het geteste materiaal, boodschapattributie, aantrekkelijkheid van de boodschap, overdracht van de vooropgestelde doelstelling(en), begrijpelijkheid, originaliteit, geloofwaardigheid, enzomeer. Per test krijgt de communicerende administratie een gestandaardiseerd rapport dat duidelijk aangeeft op welke punten het geteste campagnemateriaal goed en slecht scoort. Ook de suggesties van de respondenten worden letterlijk in het rapport weergegeven. De uitvoeringstermijnen worden bewust heel kort gehouden. Zo is het mogelijk dat één week na het geven van de opdracht en het aanleveren van het te testen materiaal een gedetailleerd rapport met de bevindingen van het onderzoek wordt afgeleverd. Op verzoek kan het onderzoeksbureau de resultaten ook mondeling komen presenteren, waarna een open discussie over de resultaten mogelijk is, al dan niet met het betrokken communicatiebureau erbij. De resultaten van alle pretesten worden ingevoerd in een datawarehouse, die het op termijn mogelijk moet maken een relevante benchmark te ontwikkelen en relaties te leggen tussen campagnes onderling.

De Code van goede praktijk voor de communicatiecampagnes van de Vlaamse overheid wijdt een afzonderlijk hoofdstuk aan de noodzaak van vooraf testen en achteraf meten van campagnes. De Code raadt pretesting aan voor alle campagnes die meer dan 125.000 euro spenderen aan mediaruimte. Maar ook bij campagnes waar minder wordt besteed aan mediaruimte kan pretesting meer dan nuttig zijn.

Nadat de methodiek voor het afnemen en verwerken van de pretests uitgewerkt werd in de eerste helft van 2002, was het systeem volledig operationeel vanaf juni. Op het ogenblik dat de redactie van dit Jaarverslag afgesloten werd, waren al vier campagnes onderworpen aan een pretest.

5.5 Effectmeting bij campagnes

Voor de professionalisering van campagnevoering bij de overheid is ook systematische effectmeting essentieel. Zulke metingen peilen telkens naar de mate waarin de bevolking de campagneboodschappen opgemerkt en onthouden heeft, en er eventueel door beïnvloed werd. De conclusies uit deze metingen zijn niet alleen belangrijk ter verantwoording van de budgetten die aan campagnes worden besteed. Ze moeten ook op zo'n wijze worden verwerkt dat zij vlot kunnen renderen bij de aanpak van volgende campagnes.

Met het oog op de invoering van systematische effectmeting bij de Vlaamse overheid liep een medewerker van de cel Externe Communicatie in oktober 2001 een week stage bij de Directie Toegepaste Communicatie van de Nederlandse Rijksvoorlichtingsdienst (RVD). Die is immers al jarenlang bezig met het meten van de effecten van overheids campagnes. In het late najaar van 2001 werden de behoeften inzake effectmeting bij de Vlaamse overheid gedefinieerd. De uitbesteding van de uitwerking van een meetmethodiek en de eigenlijke uitvoering en verwerking van de enquêtering aan een gespecialiseerd marktonderzoeksbu-

reau werd afgerond in april 2002. Het hele systeem zal volledig operationeel zijn in de zomer van 2002.

De Code van goede praktijk voor de communicatiecampagnes van de Vlaamse overheid raadt effectmeting ten stelligste aan zodra een campagne minimaal 250.000 euro aan mediaruimte besteedt. Per geselecteerde campagne kan een nul- en een eenmeting worden voorzien. De nulmeting brengt de bestaande kennis, houding en gedrag van de doelgroep in kaart vooraleer de campagne wordt gevoerd. Deze gegevens worden gelegd naast de bevindingen uit de meting die volgt op de campagne zelf. De meting peilt ook naar bereik, herinnering en herkenning van de geteste campagne. Per nul- of eenmeting worden 500 respondenten ondervraagd. Daarbij wordt gebruik gemaakt van de zogenaamde CAPI-technologie, waarbij respondenten thuis worden ondervraagd met behulp van een draagbare pc en een elektronische vragenlijst.

Ook voor de effectmeting geldt dat de kosten gedragen worden door het centrale communicatiebudget, zodat de diensten van de Vlaamse regering gratis gebruik kunnen maken van deze nieuwe dienstverlening.

5.5.1 Aanbeveling

De Code van goede praktijk voor de communicatiecampagnes van de Vlaamse overheid raadt zowel de pretesting als effectmeting ten stelligste aan bij de campagnes van een bepaalde omvang en maatschappelijk gewicht. Een verplichting is het echter niet. In een eerste fase is dit ook niet aangewezen. Naarmate de ervaring met pretesting en effectmeting zal toenemen en zal toelaten de methodiek verder te verfijnen, zal er geen enkele reden meer zijn om niet beide verplicht op te leggen voor alle grotere en gemiddelde campagnes van de Vlaamse overheid. Nagedacht zal ook moeten worden hoe een dergelijke verplichting in de praktijk toegepast kan worden na de voorziene opdeling van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap in een aantal autonome entiteiten. En bij de opmaak van het

communicatiebudget zal rekening gehouden moeten worden met de veralgemening van pretest en effectmeting.

5.6 Samenwerking met de JEP

De Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame (JEP) kreeg het voorbije jaar drie klachten in verband met campagnes van de Vlaamse overheid te behandelen. Dat de JEP gevraagd werd om zich over advertenties van de Vlaamse overheid te buigen, was voor zover bekend nog niet eerder voorgekomen. Om die reden werd contact gelegd met de Raad voor de Reclame, waarbinnen de JEP zetelt. Immers, de bevoegdheid van voornoemde Raad of Jury om uitspraken te doen over overheidscommunicatie is verre van evident, temeer daar de overheid niet deelneemt aan of vertegenwoordigd is in de Raad voor de Reclame.

De JEP verklaart zichzelf bevoegd omdat ze vindt dat elke burger een beroep moet kunnen doen op een onafhankelijke instantie, om wat voor reclame het ook gaat. Voor de Vlaamse overheid is dit niet evident, omdat deze visie haaks staat op het (nieuwe) decreet Klachtenmanagement. Dat verzekert elke Vlaming het recht om klacht in te dienen over de werking van een Vlaamse overheidsdienst en voorziet de behandeling daarvan door en binnen de betrokken instelling zelf. Ook de communicatie maakt deel uit van de werking van de overheid en valt dus onder de toepassing van het decreet. Dus kan ook over de communicatie van een Vlaamse overheidsdienst of -instelling klacht worden ingediend bij die dienst.

Tijdens een constructief gesprek groeide het voorstel om beide procedures op elkaar af te stemmen: wanneer de JEP een klacht ontvangt over voorlichting van de Vlaamse overheid, zou zij de klager eerst en vooral doorverwijzen naar het klachtenmanagement van de Vlaamse overheid. Die zou op haar beurt bij betwistingen met betrekking tot deontologische aspecten van reclame een beroep kunnen doen op de expertise van de

JEP. Een en ander moet evenwel nog verder uitgewerkt en afgestemd worden.

Overigens betroffen de drie klachten geen zware inbreuken op communicatie-ethiek noch op deugdelijk bestuur. De eerste twee werden in maart 2002 ingediend door eenzelfde persoon, die de uitspraak van de JEP niet afwachtte om zijn klachten ruim bij de media bekend te maken. De eerste klacht betrof een print-advertentie van de afdeling Bouwinspectie over de regularisatie van onvergunde werken, in het kader van de voorlichting over zonevrije woningen. De JEP verklaarde de klacht ongegrond. De tweede klacht betrof een advertentie van de afdeling Huisvesting over bouwpremies, waarin onvoldoende informatie zou hebben gestaan. De JEP was niet de mening toegedaan dat de advertentie vollediger had moeten zijn, maar vond de copywriting van een bepaalde zin onvoldoende expliciet. De aanbeveling zal ter harte worden genomen vanuit de filosofie van integrale kwaliteitszorg.

De derde klacht, ten slotte, betrof een advertentie die niet van de Vlaamse overheid uitging maar uitgewerkt en volledig bekostigd werd door een krant, en waarin een cannabisplant te zien was in een weinig geslaagde grap over "Groen in de stad". Omdat de afdeling Bos en Groen had meegewerkt aan de bijlage bij de krant, was in de advertentie ook het logo van de Vlaamse overheid opgenomen. De afdeling was echter niet op hoogte gebracht van de inhoud van de advertentie en pleitte dan ook terecht onschuldig.

5.7 Regionale beleidscommunicatie

Het merendeel van de campagnes van de Vlaamse overheid staat los van elkaar, slechts zelden maken ze deel uit van een bredere, meer geïntegreerde aanpak. Dat komt de effectiviteit en efficiëntie niet altijd ten goede. Naar aanleiding van de begrotingsopmaak voor 2002 werd binnen de Vlaamse

regering de wens geuit dat de communicatie van de Vlaamse overheid op een meer systematische wijze de bevolking zou informeren over de uitvoering van haar beleidsprioriteiten. Daarom is een project regionale beleidscommunicatie ontwikkeld, dat tijdens het voor- en najaar van 2002 gedurende tweemaal tien weken loopt en via vooral de regionale media een zo breed mogelijk publiek zoekt te bereiken.

Met dit project regionale beleidscommunicatie schakelt de Vlaamse regering de regionale media in om de Vlaamse bevolking op een meer systematische wijze te informeren over concrete realisaties van haar beleid, en wel aan de hand van voorbeelden in de eigen leefwereld of omgeving van het doelpubliek - vandaar ook de baseline "Elke dag resultaat". De burger wordt aangesproken met herkenbare verwezenlijkingen van het Vlaamse beleid uit zijn eigen leefomgeving en zal zo makkelijker bereid zijn om informatie tot zich te nemen die relevant is voor zijn eigen situatie. Het project wil de man in de straat als het ware een concreet antwoord bieden op de vraag: "Wat heeft de Vlaamse regering voor mij in mijn buurt gedaan?", en op die manier de betrokkenheid van de inwoners bij (de uitvoering van) het beleid verhogen. Het doet dat met een langlopende continue campagne via de regionale televisie, de regionale pagina's van de dagbladen en de huis-aan-huisbladen. Deze keuze voor de regionale media is weloverwogen. Onderzoek van professor Jo Steyaert (KU Leuven) heeft immers uitgewezen dat, na de gemeentelijke informatiegids, de regionale media op de tweede plaats komen als bron van overheidsinformatie voor de Vlamingen. De intrinsieke communicatiekracht van een onderwerp verhoogt naarmate de persoonlijke betrokkenheid van de doelgroep hoger is, met andere woorden : hoe dichterbij, hoe meer interesse. Een vergelijkbare benadering werd trouwens vroeger al met behoorlijk succes toegepast bij het programma Impuls, waarin week na week aspecten van het stedelijk beleid en het kansarmoedebeleid van de Vlaamse regering belicht werden aan de

hand van concrete projecten die met geld van de Vlaamse overheid werden gerealiseerd in de diverse regio's (zie Jaarverslag 1998, pp.31-32).

Met het nieuwe project wordt tweemaal tien weken lang telkens één onderwerp behandeld, parallel op regionale televisie (drie dagen per week in vol ritme) en in de geschreven pers. De benadering is telkens dezelfde. Gedurende drie dagen per week worden in elke programmalus op elke regionale televisiezender korte reportages van respectievelijk 60 en 45 seconden uitgezonden. Daarin wordt eerst een concrete toepassing van het beleidsthema (bijvoorbeeld veiliger verkeer door meer en betere fietspaden, werkwinkels, opleidingscheques,...) in eigen streek toegelicht, en daarna, meer algemeen, het Vlaamse beleid op dat vlak. Over hetzelfde onderwerp verschijnt tijdens dezelfde week tweemaal een informatieve advertentie op de regionale pagina's van de dagbladen, en dezelfde advertentie verschijnt ook in de voornaamste huis-aan-huisbladen, met telkens aandacht voor zowel het Vlaamse beleid als een regionale toepassing ervan. Met deze mediamix opteert de Vlaamse regering resoluut voor kanalen die een zo breed mogelijk publiek bereiken.

Voor de uitwerking van een totaalkader voor de tv-reportages doet de Vlaamse overheid een beroep op de Vlaamse filmmaker Robbe De Hert. Zijn opdracht is de verschillende afleveringen gaandeweg te laten uitgroeien tot een makkelijk herkenbare reeks waar de mensen niet van wegzappen. Hij heeft daarbij gekozen voor een format met een licht humoristische toets waarbij elk thema in- en uitgeleid wordt door een onderwijzer, vertolkt door acteur Lucas Van den Eynde. Alle bijdragen, zowel op tv als in de krant, zijn gemakkelijk herkenbaar als informatie van de Vlaamse overheid. Samen maken ze duidelijk op hoeveel verschillende vlakken de Vlaamse overheid wel bevoegd en bezig is. Ze worden gesigneerd met de slogan "De Vlaamse overheid. Elke dag resultaat."

Zoals reeds werd aangegeven, komt dit project met zijn geïntegreerde aanpak van regionale beleidscommunicatie grotendeels in de plaats van afzonderlijke kleinere campagnes. Met een totale kostprijs van 5,4 miljoen euro weegt het zwaar door in het totale communicatiebudget van de Vlaamse regering. Van dat bedrag is 1,86 miljoen euro bestemd voor de aankoop van zendtijd bij de regionale tv-zenders. Met dit bedrag wordt voor 2002 al volledig invulling gegeven aan het nieuwe Protocol met de regionale tv-sector. Maar met eveneens 1,86 miljoen euro voor de aankoop van mediaruimte bij de Vlaamse dagbladen wordt ook deze sector, die financieel moeilijke tijden beleeft, er beter van. Het project regionale beleidscommunicatie is ook een heel complexe onderneming: van de regionale televisiereportages moeten elke week telkens elf verschillende versies gemaakt worden, en voor de huis-aan-huis-pers zijn telkens zeventien verschillende versies van de printadvertentie nodig. Voor de realisatie van de tv-reportages werkt de Vlaamse overheid samen met RTVM, de landelijke reclamereguleerder van de regionale tv-omroepen.

5.8 Kleurrijk Vlaanderen

Met het project Kleurrijk Vlaanderen wil de Vlaamse regering het langetermijndenken in Vlaanderen introduceren en de betrokkenheid van de Vlamingen verhogen bij de samenleving en bij de uitdagingen die de toekomst voor Vlaanderen in petto heeft. De eerste fase van het project vond in 2001 plaats en werd afgesloten met de ondertekening door de Vlaamse regering en de Vlaamse sociale partners van het Pact van Vilvoorde op 22 november. In dat Pact engageden de regering en de sociale partners zich om tegen 2010 eenentwintig doelstellingen voor de 21ste eeuw te realiseren. De tweede fase wil een veel bredere doelgroep, waaronder het brede Vlaamse middenveld, mobiliseren en werd opgestart in februari 2002. In die tweede fase stimuleert de Vlaamse regering het debat over de toe-

komst van Vlaanderen bij een ruim publiek van verenigingen, organisaties en individuele burgers. Het interactief project van toekomstdenken wordt opgebouwd rond elf thema's. Voor elk van die thema's worden de Vlamingen uitgenodigd om na te denken over uitdagingen, voorstellen en oplossingen in het Vlaanderen van 2020. Dat vergt uiteraard heel wat communicatie-inspanningen.

Na een inleidende mediacampagne om het project algemeen te introduceren bij een zo ruim mogelijk publiek en de naambekendheid van Kleurrijk Vlaanderen te stimuleren, kregen tussen maart en begin juli 2002 reeds drie thema's hun beslag. Het ging om mobiliteit, ondernemen en cultuur. Voor elk van de drie thema's was de aanpak gelijkaardig, met veel achtergrondinformatie en een debatforum op www.kleurrijkvlaanderen.be, een breed verspreide gratis informatiebrochure, publieke debatten, columns en vrije tribunes van bewindslieden in de pers en zoveel mogelijk redactionele aandacht voor de vragen en stellingen van het project, en sterke ondersteuning door advertenties in de kranten.

Tijdens de zomer 2002 wordt de voor de eerste drie thema's gehanteerde aanpak geëvalueerd en zal worden nagegaan of en in welke richting er eventueel bijsturing aangegeven is. De ambitie is immers niet gering: Vlaanderen heeft heel weinig traditie inzake toekomstdenken, en in de praktijk blijkt nadenken en debatteren over de langere termijn minder voor de hand te liggen dan de maatschappelijke en politieke discussie over het beleid op korte termijn.

5.9 Overzicht van de campagnes

Een overzicht der voornaamste campagnes van het voorbije jaar is in dit Jaarverslag opgenomen in het hoofdstuk dat de communicatie van de zeven departementen van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap overloopt - zie p.52).

Een veel vollediger oplijsting verscheen in het Bulletin van vragen en antwoorden van het Vlaams Parlement (Bulletin nr. 10 van 29/3/2002, pp.1075-1114). Die kwam er als antwoord op een schriftelijke vraag die Vlaams Volksvertegenwoordiger Jan Roegiers op 21 november 2001 stelde aan alle Vlaamse ministers. Hij wilde daarbij weten welke campagnes "het afgelopen jaar" gevoerd werden, welke kanalen daarvoor ingeschakeld waren, wat de kostprijs ervan bedroeg, welke - voor zover die te meten viel - de respons erop was, en aan welke bureau de campagne uitbesteed was. Via dit parlementair initiatief kon voor het eerst een volledige inventaris samengesteld worden van alle campagnes - in de brede zin van het woord - van de Vlaamse overheid, met inbegrip van de Vlaamse openbare instellingen, en de kostprijs daarvan. Vastgesteld dient wel te worden dat dit overzicht weliswaar wellicht vrij volledig was maar overzichtelijkheid miste doordat de gegevens naar gelang van de minister op totaal verschillende wijze verwerkt werden.

bereid suggesties in dit verband aan te reiken.

5.9.1 Aanbeveling

Meermaals reeds heeft de informatieambtenaar gewezen op zowel de wenselijkheid van een volledige inventaris van alle communicatie-initiatieven die de Vlaamse ministers, hun diensten en alle instellingen die tot de Vlaamse overheid behoren, als de problemen om zo'n inventaris samengesteld te krijgen. Eén enkele parlementaire vraag heeft het vorig jaar zulk een overzicht opgeleverd. Het is niet onwaarschijnlijk dat ook in de toekomst nog gelijkaardige parlementaire vragen gesteld zullen worden en aanleiding zullen geven tot een inventarisatie. Opdat deze meer praktisch bruikbaar zou zijn als instrument voor analyse en rapportering over het communicatiebeleid van de hele Vlaamse overheid, zijn duidelijker instructies nodig voor de wijze waarop de gegevens verwerkt en gebundeld dienen te worden. Aangeraden wordt deze expliciet op te nemen bij toekomstige parlementaire vragen. De informatieambtenaar is steeds

6.1 Vlaamse Infolijn

Dat de Vlaamse Infolijn beantwoordt aan een reële nood bij de bevolking en snel uitgegroeid is tot een der pijlers van de Vlaamse overheidscommunicatie, blijkt onmiskenbaar uit de cijfers: in 2001 is het aantal oproepen spectaculair opgelopen tot meer dan 420.000, dat zijn er meer dan 1700 per dag. Maar ook op andere vlakken werden het voorbije jaar belangrijke stappen vooruit gezet. De Vlaamse regering keurde belangrijke principes goed met betrekking tot de financiering van de Vlaamse Infolijn en positioneert de Infolijn expliciet als centraal aanspreekpunt voor de burger. Alle in dit hoofdstuk vermelde cijfers hebben betrekking op 2001.

6.1.1 Werkingsresultaten in 2001

In 2001 kreeg de Vlaamse Infolijn 421.286 telefonische oproepen te verwerken. Dat is een toename met niet minder dan 158,3 % ten opzichte van 2000, toen er 163.079 oproepen waren. Daarnaast waren er 8.836 schriftelijke vragen (via mail, fax of post), tegen 4.440 in 2000. Het totaal aantal oproepen in 2001 voor de Vlaamse Infolijn bedroeg daarmee 430.122 (in 2000: 167.519), dat betekent een gemiddelde van 1.734 contacten per dag (in 2000: 673). Het gemiddeld aantal oproepen per dag lag het hoogst in oktober (4.400) en - ietwat merkwaardig misschien - het laagst in mei (591).

82 % van de oproepen werd binnen de 30 seconden behandeld, dat is een achteruitgang ten opzichte van 2000, toen 93 % binnen de 30 seconden behandeld werd. Het aantal voorlichters aan de telefoon steeg van 14,5 voltijds equivalenten in 2000 tot 18 voltijdsequivalenten in 2001. Bij een klantenonderzoek in 2001 verklaarde 89 % van de gebruikers (2000: 83 %) zich tevreden of zeer tevreden over de dienstverlening van de Vlaamse Infolijn.

Waar tijdens het eerste werkingsjaar goed acht van de tien vragen betrekking hadden op de Vlaamse overheid, was dit percentage

in 2001 opgelopen tot goed 90 % - ten nadele van vragen over de federale overheid : van 13,5 % in 1999 tot 7,35 % in 2001.

De voornaamste sectoren waar de gestelde vragen betrekking op hadden, waren in 2001, in dalende orde: onderwijs (22,3 %), belastingen (17,8 %), welzijn, zorg en opvang (12,7 %), werkgelegenheid (6,9 %), bevoegdheden en structuur van de overheid (6,5 %), wonen (6,4 %), algemene werking van de overheid (5,95 %), milieu en landschap (4,7 %), gezondheid (4 %), en mobiliteit, verkeer en vervoer (3,2 %). De opvallend hoge scores voor onderwijs en belastingen hebben ongetwijfeld te maken met het feit dat de Vlaamse Infolijn ook ingeschakeld werd voor de afhandeling van oproepen voor thematische infolijnen zoals de Infolijn Onderwijs, Studietoelagen en de Vlaamse Belastinglijn. Van het totale aantal vragen over belastingen bijvoorbeeld ging 83 % over de onroerende voorheffing. Voor een grondiger analyse van de in 2001 behandelde oproepen kan verwezen worden naar het afzonderlijke Jaarverslag 2001 van de Vlaamse Infolijn.

De hoeveelheid eerstelijnsinformatie die via de Vlaamse Infolijn opgevraagd kan worden, is sterk toegenomen, met een klemtoon op materies waar veel vraag naar is: voorwaarden om voor huisvestingspremies in aanmerking te komen, informatie over ruimtelijke ordening en bouwregels, de mogelijkheden inzake loopbaanonderbreking, enz. De eerstelijnsinformatie in het databestand van de Vlaamse Infolijn is niet alleen uitgebreid, zij is het voorbije jaar ook sterk verbeterd in kwaliteit en klantgerichtheid. Dit laatste kon enkel door continue feedback van de voorlichters die de telefonische oproepen beantwoorden. De toename van de hoeveelheid in het Infolijnbestand ontsloten eerstelijnsinformatie blijkt ook uit de toename van de oproepen die meteen door de voorlichters beantwoord konden worden en waarvoor dus het back office niet ingeschakeld hoefde te worden. Het aantal direct beantwoorde vragen steeg van 84 % in het eerste werkingsjaar, naar 93 % van het tota-

le aantal oproepen in 2000 en zelfs 98,7 % in 2001. Ook de toename van de gemiddelde gespreksduur van 89 seconden in 1999 over 100 seconden in 2000 tot 124 seconden in 2001 houdt wellicht verband met de verschuiving van loutere wegwijsinformatie naar inhoudelijke eerstelijnsinformatie.

Eind 2001, begin 2002 liet de Vlaamse Infolijn een gespecialiseerd bureau onafhankelijk onderzoek uitvoeren naar de kwaliteit van de beantwoording der telefonische oproepen bij de Vlaamse Infolijn. Het bureau voerde daarvoor 240 zogenaamde mystery calls, waarbij de onderzoekers van het auditbureau zich voordoen als gewone burgers. Voor elk van die oproepen werd zowel het onthaal, de onderbrekingen en de manier van afsluiten van het gesprek als de kwaliteit van de informatieverstrekking (kwaliteit van het antwoord, taalgebruik en gebruik van moeilijke woorden, attitude van de operator,...) kwalitatief beoordeeld. De Vlaamse Infolijn behaalde daarbij een score van 86 %, wat door het bureau gecatalogeerd wordt als "zeer goed, professioneel".

De Vlaamse Infolijn is voor 2002 door de Belgische afdeling van het in dertig landen actieve Institute for International Research (IIR) uitgeroepen tot tweedebeste contact center in België en ontving daarvoor de zilveren Contact Center Award 2002. Deze prijs belooft klantencontactcentra voor hun effectiviteit, innovativiteit, professionalisme en kwalitatieve dienstverlening. Voor 2002 stond, naast de kwaliteit van de telefonische dienstverlening, ook de internetintegratie en de e-mailafhandeling binnen het contact center centraal. De prijs staat dus volledig in het teken van de overstap van het traditionele call center naar een multikanaal klantencontactcenter, een contact center dus waar de klant terecht kan via een kanaal naar keuze.

6.1.2 Ondersteuning van campagnes

De Vlaamse Infolijn wordt steeds meer ingeschakeld voor de ondersteuning van media-campagnes van de Vlaamse overheid. Het dienstenpakket dat zij de organisatoren van

campagnes daarbij aanbiedt, gaat van het verzorgen van het telefonisch onthaal en het noteren van bestellingen voor brochures en gadgets tot het geven van eerstelijnsinformatie in het kader van de campagne en rapporteren aan het zenuwcentrum. In 2000 werd de Vlaamse Infolijn ingeschakeld voor 25 campagnes, in 2001 waren het er al 41.

De campagnes die in 2001 het grootste aantal oproepen bij de Vlaamse Infolijn genereerden waren onder meer Energiezuinig bouwen en verbouwen (4371 oproepen), informatiefolder Bouwinspectie (3766 vragen naar de folder), de vaccinatiecampagne tegen meningitis (3754 oproepen), Robinsonlijst (3617 inschrijvingen), de eurocampagne (3096 oproepen) en de Vlaamse Zorgkas (2544 oproepen).

6.1.3 Verdere uitbating en ontwikkeling

De Vlaamse regering nam in het voorjaar van 2002 belangrijke beslissingen betreffende de verdere werking van de Vlaamse Infolijn en haar positionering binnen de publieksvoorlichting van de Vlaamse overheid.

In afwachting van een meer structurele verankering binnen de administratie was de Vlaamse Infolijn in 1999 opgericht als een project, met medewerkers en een projectleider die tijdelijk aangesteld zijn. Dit blijft voorlopig zo, om niet vooruit te lopen op de beslissingen die de Vlaamse regering nog moet nemen over de reorganisatie van de hele Vlaamse overheidsadministratie. De Vlaamse Infolijn wordt verlengd als interdepartementaal project tot het in werking treden van de nieuwe organisatiestructuur van het Vlaams overheidsapparaat. Tegelijk is de exploitatie van het front office na een aanbestedingsprocedure opnieuw, voor een periode van vijf jaar maar met jaarlijkse mogelijkheid tot opzeggen, uitbesteed aan een gespecialiseerd call center op basis van een raamcontract. Indien dit opportuun geacht wordt moet deze externe dienstverlener een soepele overgang garanderen naar volledige uitba-

ting in eigen beheer door de Vlaamse overheidsadministratie.

De Vlaamse regering keurde ook een aantal principes goed met betrekking tot de financiering van de werking van de Vlaamse Infolijn. De Vlaamse regering besliste niet enkel tot verlenging maar ook tot een opvallende inhoudelijke bijsturing in de richting van een centralisatie van de telefonische publieksvoorlichting. Voortaan moeten alle diensten van de Vlaamse overheid voor de georganiseerde beantwoording van wegwijs- en eerstelijnsinformatievragen, al dan niet in het kader van een mediacampagne, gebruik maken van de Vlaamse Infolijn. Het opstarten van nieuwe infolijnen door diensten van de Vlaamse overheid is een uitzondering en is pas mogelijk na advies van de Vlaamse Infolijn. De Vlaamse Infolijn zal haar advies baseren op door de Vlaamse regering nog goed te keuren criteria. Voortaan moeten ook alle bestaande sectorale en thematische infolijnen jaarlijk geëvalueerd worden op basis van criteria die de Vlaamse Infolijn uitwerkt en de Vlaamse regering goedkeurt. Bij het organiseren van communicatiecampagnes dient de campagnevoerder ook steeds vooraf overleg te plegen met de Vlaamse Infolijn met het oog op mogelijke ondersteuning en het gebruik van het Infolijnnummer als telefonisch aanspreekpunt voor de campagne.

Nieuw is ook dat wie niet meteen een antwoord kan krijgen bij de Vlaamse Infolijn, niet langer doorverwezen doch voortaan rechtstreeks doorverbonden zal worden met de inhoudelijke dienst of ambtenaar, toch voor zover het diensten van de Vlaamse overheid betreft. Uiteraard zal dit leiden tot bijkomende kosten, aangezien de Vlaamse Infolijn een gratis 0800-nummer is waarvan alle gesprekskosten betaald worden door de Infolijn zelf. Is de lijn bezet of wordt er niet opgenomen, dan noteert de Vlaamse Infolijn de gegevens van de vraagsteller, maakt zij een terugbelafpraak en geeft ze die per e-mail door aan de betrokken dienst of ambtenaar, die de burger zelf terugbelt. Dit wordt

stapsgewijs ingevoerd in overleg met de betrokken diensten.

De Vlaamse Infolijn wordt ook ingeschakeld als een der actoren bij het informatieloket van de Vlaamse overheid. Het informatieloket is de (virtuele of reële) plaats waar via verschillende kanalen (telefoon, internet, mail, brief of fysiek loket) overheidsinformatie aangeboden zal worden op een geïntegreerde wijze, waar vragen gesteld en antwoorden verkregen worden. In het kader van dat loket staat de Infolijn in eerste instantie in voor de kanalen telefoon, e-mail en brief. Het is niet de opdracht van de Vlaamse Infolijn om alle overheidsinformatie te ontsluiten. Ze werkt aanvullend op de informatie van de diensten en spitst zich vanuit een bij uitstek vraaggestuurde logica toe op de materies waarover bij de bevolking vragen gesteld worden. Haar toegevoegde waarde ligt in de uitbouw van een vooral klantgericht, vraaggestuurd en selectief informatie-aanbod, zij vertrekt daarbij vanuit een andere logica dan de veeleer aanbodgestuurde informatie van de diensten. Als call center zal de Vlaamse Infolijn functionele ondersteuning bieden als front office van het informatieloket. Ze zal dit doen door inhoudelijke vragen via mail te beantwoorden op de portaalsite van de Vlaamse overheid - ze doet dit trouwens nu al - en door klanten die de gezochte informatie op de portal niet vinden interactief met informatie te begeleiden.

6.2 Samenwerking met sectorale en thematische infolijnen

Verscheidene Vlaamse openbare instellingen, lokale besturen en zelfs buitenlandse diensten hebben reeds een beroep gedaan op de expertise van de Vlaamse Infolijn voor advies bij de opstart en uitbouw van een eigen infolijn. Dat was onder meer het geval voor De Lijn, de VDAB, Kind & Gezin, de stadsbesturen van Antwerpen en Gent, de stad Luxemburg (Groothertogdom), de Belastingdienst van Frankrijk en Vrijstaat

(Zuid-Afrika). Sneller dan in het oorspronkelijk ontwikkelingsplan voorzien werd de Vlaamse Infolijn ook ingeschakeld voor de ondersteuning van sectorale en thematische infolijnen bij de Vlaamse overheid. Het is daarbij de uitdrukkelijke bedoeling van de Vlaamse Infolijn om met die diensten synergieën tot stand te brengen, met het oog op zowel meer uniformiteit in de aanpak van de publieksvoorlichting als kostenbeheersing bij die publieksvoorlichting door schaalvergroting.

Tot nu toe kwam een verregaande samenwerking tot stand voor de voorlichting en telefonische dienstverlening inzake de onroerende voorheffing (de Vlaamse Belastinglijn) en de dopingproblematiek (Dopingfoon), waarbij de Vlaamse Infolijn het front office van beide verzorgt. Wie naar het nummer van de Vlaamse Belastinglijn belt, komt terecht bij en wordt geholpen door een medewerker van de Vlaamse Infolijn. Via de Vlaamse Belastinglijn kreeg de Vlaamse Infolijn 177.119 oproepen te behandelen.

Ook de samenwerking tussen de Vlaamse Infolijn en de Infolijn Onderwijs wordt verder uitgebouwd. De Vlaamse Infolijn behandelde 31.442 oproepen die bestemd waren voor de Infolijn Onderwijs. Nadat de Vlaamse Infolijn eerder al technische ondersteuning bood aan de Infolijn Onderwijs en de oproepen overnam die binnenkwamen terwijl de lijnen van Info Onderwijs bezet waren, neemt de Vlaamse Infolijn sinds 2001 de beantwoording van alle wegwijs- en eenvoudige eerstelijnsinformatievragen van de Infolijn Onderwijs over; meer gespecialiseerde vragen worden doorgestuurd naar het back office van de Infolijn Onderwijs.

Specifiek voor wat de onroerende voorheffing (Vlaamse Belastinglijn) en de studietoelagen betreft werd de dienstverlening van de Vlaamse Infolijn het voorbije jaar uitgebreid van het louter informatie verstrekken tot het geven van informatie over de stand van persoonlijke dossiers. Op deze wijze moeten de mensen om de stand van hun dossier te

kennen niet steeds de dossierbehandelaar contacteren, die daardoor meer ruimte krijgt om zijn dossiers af te handelen. Bij de Belastinglijn gaat het om statusinformatie over de dossiers van mensen die een bezwaarschrift ingediend hebben tegen hun aanslag onroerende voorheffing. Blijkt de informatie toch onvoldoende, kan de voorlichter de burger direct doorschakelen naar de dossierbehandelaar, of indien deze niet bereikbaar is een elektronische terugbelafpraak maken, zodat de dossierbehandelaar de burger zelf contacteert. 95 % van de vragen in dat verband werd direct door de voorlichters van de Vlaamse Infolijn beantwoord, in 5 % van de gevallen werd doorverbonden naar de Belastingdienst voor Vlaanderen.

Het verbeteren van de telefonische opvang van mensen met vragen en klachten over de Vlaamse belastingen heeft blijkbaar ook zeer positieve gevolgen voor het aantal bezwaarschriften dat ingediend wordt: het aantal bezwaarschriften onroerende voorheffing zakte plots van 84.352 in 1999 tot 24.797 in 2000 en zelfs 19.294 in 2001. Al zullen ook wel andere elementen meegespeeld hebben, toch kan men moeilijk om de vaststelling heen dat het net in 2000 was dat de Vlaamse Infolijn ingeschakeld werd om de eerstelijnsopvang voor de onroerende voorheffing te verzorgen...

Verder staat de Vlaamse Infolijn in voor de opvang van de oproepen bij bezettoon, tussen de middag en na de openingsuren van de BIS-Infolijn (Begeleid Individueel Studeren), van de Taaltelefoon en het algemeen inbelpunt van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. Ook het Meldpunt Milieu en het bemiddelingscentrum voor doven TeleTolk werkt volledig onder het beheer van de Vlaamse Infolijn.

Voor alle volledigheid dient aan dit overzicht toegevoegd dat er binnen de Vlaamse overheid nog verscheidene thematische infolijnen volledig in eigen beheer werken, los van de Vlaamse Infolijn. Het gaat om de call centers van de VDAB, de Vlaamse Milieumaatschappij en Kind & Gezin, en

verder om het Euro-Infocentrum, de Gecofoon, de Jo-lijn, de Rusthuis-infofoon, STIP en de Wegentelefoon. Daarnaast zijn er ook drie thematische infolijnen die niet binnen de Vlaamse overheid zelf uitgebaat worden, maar waarvan de uitbating uitbesteed is aan derden die daarvoor gesubsidieerd worden. Het zijn de Aidstelefoon, de Druglijn en de Holebifoon.

6.2.1 Aanbeveling

Er kunnen vragen gesteld worden bij het volkomen autonoom naast elkaar blijven voortbestaan van verscheidene infolijnen en call centers bij de Vlaamse overheid. Deze versnippering is budgettair geen goede zaak. Zij is ook niet in het belang van de burger die op zoek is naar informatie en telefonische dienstverlening. Eerder al besliste de Vlaamse regering de Vlaamse Infolijn verder uit te bouwen tot centraal telefonisch aanspreekpunt binnen de Vlaamse overheidsadministratie voor de burger en de Vlaamse Infolijn verplichte adviesbevoegdheid te geven bij het opstarten van nieuwe sectorale en thematische infolijnen. De informatie-ambtenaar beveelt de Vlaamse regering aan de bestaande autonome infolijnen te stimuleren tot een actieve verkenning van synergieën met de Vlaamse Infolijn, en stappen te zetten die moeten leiden tot hetzij een verregaande samenwerking hetzij zelfs integratie van deze afzonderlijke infolijnen met de Vlaamse Infolijn.

7 E-government en internet

7.1 E-government

7.1.1 Projectwerking

Nadat de Vlaamse regering op 8 december 2000 behalve de basisprincipes voor de aanpak van het e-government ook een organisatiestructuur met e-government stuurgroep, projectteam en clusterwerking goedgekeurd had, werd deze organisatiestructuur het voorbije jaar ingevuld en operationeel. Eerst werd de projectleider van het e-governmentteam aangeworven, later werd zijn team aangevuld met een ICT-specialist, een jurist, een procesanalist en een communicatieverantwoordelijke. In de verschillende departementen werden loketbeheerders aangesteld als e-government contactpersonen en om de clusterwerking in te leiden. De minister-president van zijn kant leidt persoonlijk een zogenaamde task force met topambtenaren die wekelijks bijeenkomt om van zeer nabij de realisatie van het e-government op te volgen.

7.1.2 Aanpak via clusters

Op 24 mei 2002 zette de Vlaamse regering het licht op groen voor het e-government actieprogramma met een praktische projectorganisatie voor de clusterwerking. Effectief e-government vereist een volledig herdenken van de werking van de Vlaamse overheid, zowel van de manier waarop zij haar diensten aanbiedt aan de gebruiker als van de interne processen die zij daarvoor hanteert. Daarom worden binnen de Vlaamse overheid elf clusters van thematisch bij elkaar horende diensten en instellingen opgestart. De vijf oorspronkelijke clusters Bouwen & wonen, Bedrijven, Werken, Zorg & welzijn, en Vlaamse en lokale fiscaliteit zijn aangevuld met zes nieuwe clusters: Milieu, Onderwijs & Vorming, Mobiliteit, Overheid, wetenschap & technologie, en ten slotte Cultuur, sport, vrije tijd & media.

Elke cluster wordt geleid door een Vlaams minister, die er een belangrijke rol in te spelen krijgt. Hij of zij moet de cluster starten, trekken en actief opvolgen en de nodige

budgettaire middelen voorzien om de realisatie van het programma van de cluster mogelijk te maken. Elk der clusters krijgt een strakke timing opgelegd. Tegen 15 juli 2002 moeten de clusters samengesteld en operationeel zijn, en tegen 15 september moeten zij de projecten formuleren die zij prioritair zullen realiseren. Het e-governmentteam schakelt een consultant in om het hele programma-management uit te tekenen. Het resultaat hiervan wordt een handleiding om tot een goede en structurele samenwerking tussen de clusters onderling en tussen de cluster en het e-governmentteam en de e-governmentstuurgroep te komen. De handleiding bevat richtlijnen omtrent programmaplan, programma-organisatie, beheersprocessen, modellen, methoden en standaarden, communicatieplan en kennisbeheer.

7.1.3 Geïntegreerde loketten

Een prioriteit van het e-governmentteam ligt bij de verdere uit- en ombouw van de portaal-site www.vlaanderen.be. Voor de details hiervan, zie hieronder, p. 43

Een belangrijk onderdeel van de vernieuwde Vlaamse portaal-site wordt het geïntegreerd overheidsloket. Het geïntegreerd overheidsloket zal de e-governmentklant (burger, bedrijf, organisatie, onderneming enz.) onder de vorm van een webgebaseerde interface die hij kan raadplegen via de pc of (in gereduceerde vorm) via digitale televisie, een duidelijk overzicht bieden van de elektronische dienstverlening die de Vlaamse overheid en andere overheidsniveaus aanbieden. Het geïntegreerd overheidsloket zal de gebruiker vooreerst een overzicht geven van de status van de elektronische dossiers die hij lopen heeft. Als bijvoorbeeld een ouder een studiebeurs on line aangevraagd heeft, moet hij via het geïntegreerd overheidsloket kunnen zien hoever die aanvraag staat, welke ambtenaar gecontacteerd kan worden voor eventuele bijkomende vragen, enz. Het geïntegreerd overheidsloket moet daarnaast uitgroeien tot het unieke, gepersonaliseerde aanspreekpunt waarlangs men vlot in contact kan treden

met de diensten van de overheid. Om een dergelijk geïntegreerd overheidsloket uit te bouwen zal de nodige ICT-infrastructuur opgezet worden om bestaande applicaties binnen de Vlaamse overheid te integreren en vlot te laten praten met applicaties bij de andere overheden (de portaalsite van de federale overheid, de websites van steden en gemeenten, enz.).

7.2 Internet

In juli 2001 kon de volledig vernieuwde portaalsite www.vlaanderen.be on line gaan. Daar was de nodige vertraging aan voorafgegaan, gevolg van de complexiteit van de operatie en van het feit dat de outsourcing van de informatica van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap aan een privé-partner en de soms moeilijke samenwerking tussen verschillende externe partners de coördinatie van een dergelijke operatie er niet makkelijker op maken. Ook na de start dienden nog een aantal technische problemen opgelost. Doch dat doet niets af aan het feit dat met de nieuwe portaalsite een zeer belangrijke stap gezet is in de richting van een volwassen aanwezigheid van de Vlaamse overheid op het internet, zowel wat de omvang van het informatieaanbod als de zoekmogelijkheden betreft.

7.2.1 Aanbod op de nieuwe portaalsite

De informatie-ontsluiting binnen www.vlaanderen.be gebeurt op vraaggerichte basis, zowel via het zogenaamde "browse"-model (begeleid zoeken via rubrieken) als via een "zoekfunctie" (vrij zoeken of browse). De kern van het informatieaanbod bestaat uit de geïntegreerde databank van de Vlaamse Infolijn. Alle relevante info van deze databank is volledig toegankelijk gemaakt voor het publiek. Men kan er themagewijs afdalen in de materie. Zowel de surfer die bij de hand genomen wenst te worden en zo stapsgewijs naar het gezochte gebracht wil worden, als de meer vertrouwde surfer die zelf via "subportals" (bijvoor-

beeld de subportaal onderwijs) wenst te zoeken, vinden nu hun gading in het aanbod. Naast dit browse-model werd ook de zoekrobot uitgewerkt. Het (vrij) zoeken gebeurt met een systeem dat begrippen (woorden, termen) herkent. De rangschikking van de gevonden pagina's gebeurt volgens relevantie. Daarbij wordt gekeken naar de trefwoorden die aangegeven zijn op elke webpagina en naar het aantal malen dat het ingetijpte woord voorkomt op de pagina. Tevens zijn extra-opties ingebouwd die verfijnd zoeken mogelijk maken. Zo kunnen begrippen uitgesloten worden en bepaalde woorden samengevoegd en als één geheel teruggevonden worden. Het zoeken via de zoekrobot is niet beperkt tot de gegevens van de databank van de Vlaamse Infolijn, maar beslaat in totaal de meer dan 417.500 webpagina's die door de diverse administraties en instellingen van de Vlaamse overheid beheerd worden.

Wie niet onmiddellijk een antwoord vindt op zijn vraag, kan steeds een e-mail zenden naar het team van de Vlaamse Infolijn of naar de verantwoordelijken van de portaalsite. Zij beantwoorden de vraag onmiddellijk of contacteren de bevoegde diensten, die de burger verder kunnen helpen. Ook de rubriek "meest gestelde vragen" van de Vlaamse Infolijn blijkt een vaak aangeklikt item te zijn en bevat de antwoorden op actuele vragen.

Voor wie niet vraaggestuurd wenst te zoeken maar wegwijs is binnen de structuur van de diverse diensten, is op de portaalsite langs diverse wegen een ontsluiting van het organisatorisch aanbod voorzien, waarbij men ook vrij toegang heeft tot de steeds bijgewerkte adressendatabank van de Vlaamse overheidsadministratie. De portaalsite ontsluit via de publicatiedatabank tevens het ruime aanbod van publicaties van de Vlaamse overheid. Men kan er on line de publicaties van de Vlaamse overheid bestellen. Het aantal documenten dat digitaal aangeboden wordt (bijvoorbeeld in pdf-formaat), is de voorbije paar jaar trouwens sterk

uitgebreid, en mag rekenen op goeie belangstelling.

De actualiteitsrubriek "Heet van de naald" op de portaalhomepage volgt het actueel informatieaanbod van de Vlaamse overheid. De webpagina's van alle mediacampagnes die de Vlaamse overheid op dat ogenblik voert, zijn er aanklikbaar. Ook de persberichten van de Vlaamse regering, de Vlaamse ministers en het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap komen automatisch op de homepage terecht. In een archief kunnen zowel de voorbije campagnes als vroegere persberichten opgezocht worden. De actualiteitsrubriek omvat daarnaast nog rubrieken met de meest gestelde vragen, actuele verkeersinfo en Vlaanderen in kaart.

7.2.2 Belangstelling voor portaal-site

De portaal-site www.vlaanderen.be mag dagelijks rekenen op een 60.000 hits. Er zijn maandelijks een 80.000 bezoeken, met een gemiddelde verblijftijd van 14 minuten per bezoek. Het daggemiddelde bedraagt dus ongeveer 2700 bezoeken.

Het aantal bezoekers bedraagt gemiddeld 32.000 per maand, waarvan er 23.000 eenmalig zijn. Meer dan 75 % van de bezoekers wonen in België.

Een recent rapport van het internetonderzoeksbureau InSites Consulting bracht aan het licht dat voor internetgebruikers die overheidsinformatie zoeken, de portaal-site van de Vlaamse overheid op het vlak van populariteit op de tweede plaats komt, na de gemeentelijke websites maar vòòr de website van de federale overheid. De portaal-site www.vlaanderen.be zou ook een stuk populairder zijn dan de site van het Waals Gewest.

7.2.3 Perspectieven voor verdere uitbouw

Het is de ambitie van de Vlaamse overheid om de portaal-site te laten uitgroeien tot een geïntegreerd overheidsloket, waarlangs niet alleen informatie ontsloten wordt maar op een geïntegreerde wijze ook interactieve

applicaties en transacties met de overheid mogelijk gemaakt worden - zie hierboven, p. 44. Het e-government projectteam staat in voor de coördinatie van deze operatie. Van groot belang, specifiek voor het informatief aanbod op de portaal-site, is het plan om de portaal-site tegen begin 2003 een nog meer klantgericht gezicht te geven, om de inhoud nog vlotter en efficiënter te ontsluiten voor de burger en de bedrijven. De burger zal onder meer kunnen vertrekken van een belangrijk moment in zijn of haar leven, zoals de geboorte van een kind, leren autorijden of de aankoop van een huis, om alle bijbehorende informatie of diensten te vinden. Een bedrijf zal kunnen vertrekken van een concreet contactmoment met de overheid, bijvoorbeeld het opstarten van een bedrijf of de aanvraag van een subsidie of vergunning, om meteen naar de dienst te gaan waar dit volledig elektronisch afgehandeld kan worden. Samen met de meer klassieke benaderingswijzen worden deze "levenslijnen" nieuwe, gebruiksvriendelijke instrumenten voor de ontsluiting van de informatieve, interactieve en transactionele applicaties. De bovenste twee niveaus van deze levenslijnen worden uitgewerkt binnen het samenwerkingsakkoord met de federale overheid en de andere deelstaten en zullen uniform door deze verschillende partners aangeboden worden. De verdere niveaus zullen door elke overheid autonoom uitgewerkt worden.

Daarnaast zullen de bestaande veelgebruikte portaaldiensten (persberichtendatabank, adressendatabank, publicatiedatabank en ontsluiting van de databank van de Vlaamse Infolijn) verder uitgebouwd worden. Ook de actualiteitsrubriek wordt verder ontwikkeld.

De zoekfunctie zal verder verfijnd worden. Naast het zoeken op begrippen of "full-text search", is het de bedoeling om in de nabije toekomst te gaan werken met een zoekmachine die de inhoud van webpagina's analyseert en de ranking nog optimaler maakt doordat het systeem vragen (en inhoud) kan interpreteren. Daardoor zal de burger niet

enkel op trefwoorden kunnen zoeken, maar ook zelf langere zinnen kunnen ingeven, die door het zoekstelsel geanalyseerd en begrepen worden.

Voor de verdere invulling van de actualiteitsrubriek "Heet van de naald" is binnen de cel Externe Communicatie een redactieteam in het leven geroepen. Het zal instaan voor de agenda met de evenementen die uitgaan van de Vlaamse overheid en de publieke activiteiten van de ministers, en voor de realisatie van reportages naargelang de actualiteit dat vereist. Voorbeelden van de richting die het team met deze reportages uit wil, zijn de "piloten" over de opening van het Vlaams Huis in Parijs en over cultuurparticipatie: videobeelden, interviews, teksten, audiobeelden en foto's kunnen een evenement of gebeurtenis belichten en tegelijk toelichting verschaffen bij het Vlaamse beleid waar dat evenement in kadert.

7.2.4 Content Management

Kwaliteitsbewaking inzake actualiteitswaarde, vormgeving en stijl is voor een portaalsite niet evident zonder krachtig technisch hulpmiddel. De in het vorig jaarverslag aangekondigde invoering van een content management stelsel liep als gevolg van technische en organisatorische problemen vertraging op. Het voorbije jaar liepen er twee proefprojecten met een content management programma en in beide gevallen is het analysewerk afgerond. Tevens is een overkoepelende analyse afgerond waarin diverse veel voorkomende site-elementen (FAQ, forum, nieuwsberichten, kalenderevenementen,...) gedefinieerd werden. Verwacht wordt dat in de tweede helft van 2002 deze zaken ook in het stelsel geïmplementeerd zullen worden. Deze generische site-componenten moeten een makkelijke maar vooral kostefficiënte uitrol van diverse sites verzekeren. Reden voor de vertraging hier zijn technische problemen om op een beveiligde manier toegang tot de redactie-omgeving te kunnen geven.

Met zulk een content management publicatiesstelsel wordt de drempel voor de aan-

maak van webpagina's aanzienlijk verlaagd. Aangewezen ambtenaren kunnen makkelijk inhoud in het stelsel inbrengen en die voor goedkeuring of publicatie doorgeven aan de hiërarchische overste of hoofdredacteur. Via een standaard internetbrowser kunnen zij onmiddellijk internetvriendelijk publiceren doordat zij in korte paragrafen dienen te schrijven, sleutelwoorden moeten ingeven en kunnen aangeven waar externe links en grafisch materiaal toegevoegd moeten worden. Lay-outmatig zal de site met dit publicatiesstelsel een nog grotere eenheid kennen. En eens alle pagina's via dit stelsel aangemaakt zijn zal het een relatief kleine inspanning vergen om over de gehele site vormelijke maar ook technische wijzigingen aan te brengen - men denke in dit verband aan de constante evolutie van internetbrowsers en interactieve TV. In de loop van 2002 volgen een aantal redacteurs een opleiding om met dit stelsel te werken, zodat ze als hoofdredacteur kunnen functioneren. Verder zullen alle betrokken ambtenaren op hun pc over de nodige software beschikken om met het content management te werken.

Maar dit stelsel laat niet enkel toe om webpagina's aan te maken. Ook e-mails, nieuwsbrieven en sms-berichten kunnen vanaf dit platform verzonden worden, zonder dat daar extra-conversiewerk nodig voor is. Ook het e-VRT platform kan van hieruit bediend worden. En nieuwe webpagina's kunnen makkelijk in de grote (complexe) boomstructuur worden toegevoegd zodat de navigatie optimaal blijft. Door de scheiding van vormgeving en inhoud zal de portaalsite op dat ogenblik tegemoetkomen aan de terechte verzuchtingen van bepaalde groepen (zoals slechtzienden) en hen informatie in een aangepaste lay-out kunnen voorschotelen. Het content management stelsel zal ten slotte de raadpleging van de persberichten van de Vlaamse overheid sterk vergemakkelijken; het wordt dan niet alleen mogelijk om zich te abonneren op een thematische selectie van persberichten, maar ook om vroegere persberichten op thema op te zoeken.

7.2.5 Vorm- en naamgeving

De volledig nieuwe vormgeving van de in juli 2001 vernieuwde portaalsite oogt rustig informatief en beantwoordt verregaand aan de noden van de hedendaagse surfer. Maar de huisstijl die voor de portaalsite uitgewerkt is, heeft ook gevolgen voor de daaronderliggende deelsites. Het is verheugend vast te stellen dat diverse - hoewel lang nog niet alle - afdelingen van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap spontaan de nieuwe lay-outmatige principes van de nieuwe portaalsite overnemen. Hoewel niet steeds volledig correct toegepast, levert dit een verhoogde graad van herkenning op. Onderzoek heeft aangetoond dat consistente vormgeving van een website een cruciale factor is om het vertrouwen van een surfer te winnen, een heel belangrijk gegeven voor een overheid die de ambitie heeft op korte termijn te evolueren naar online transacties.

Tevens kan nu - ongeacht of de site intern of extern gehost wordt - een consistente naamgeving voor websites gehanteerd worden in de diverse mediacampagnes. De vorm van deze adressen is altijd www.vlaanderen.be/campagne_kenmerk of www.vlaanderen.be/thema/subthema. Door de consistente toepassing hiervan zal de bezoeker de logica van dit soort adressen snel inzien en bijgevolg ook makkelijker het webadres van een bepaalde campagne onthouden en misschien wel kunnen raden. Een ander voordeel is die van de domeinnaamregistratie. Adressen in deze vorm moeten niet apart bij een agent geregistreerd worden. Dat voorkomt misbruik door derden die bijvoorbeeld een bepaalde domeinnaam eerder hebben geregistreerd. De verwarring die vlak na de lancering van de portaalsite ontstond rond www.vlaanderen.be en www2.vlaanderen.be is bij deze ook grotendeels opgelost.

7.2.6 Kwaliteitsbewaking

De afdeling Communicatie & Ontvangst voert geregeld kwaliteitscontrole uit op de gepubliceerde webpagina's. Daarbij wordt gewaakt over de actualiteitswaarde van het aanbod en wordt erop gelet dat de richtlijnen met betrekking tot webadressen, gene-

rieke e-mailadressen en de huisstijl nageleefd worden. De omvang van het webaanbod maakt evenwel een systematische centrale kwaliteitsbewaking onmogelijk. Het is op de eerste plaats aan de afdelingen en instellingen die een webaanbod ontwikkelen zelf om op systematische en voortdurende wijze dit aanbod te controleren. Een rondgang van de deelsites onder www.vlaanderen.be wijst uit dat lang niet alle administratieve entiteiten hier werk van maken.

7.2.7 Aanbevelingen

- Voor het beheer van de complexe portaal-site www.vlaanderen.be en zijn vele deelsites is een content management systeem een absolute must. Ook voor de gebruiker zijn de voordelen ervan legio, de toepassing van belangrijke functionaliteiten is afhankelijk van het content management. De informatieambtenaar dringt erop aan dat alle technische en andere discussies met betrekking tot de keuze van het systeem nu snel afgerond worden en er zonder verwijl werk gemaakt wordt van de snelle veralgemeende invoering van het content management systeem.
- Lang niet alle administratieve geledingen staan in voor de regelmatige kwaliteitscontrole van hun webaanbod. Dit is nochtans een directe verantwoordelijkheid van al wie informatie via het internet aanbiedt. Een webpagina ontwikkelen is nooit een eenmalige actie, in alle gevallen is er follow-up nodig. Het is van het grootste belang dat alle entiteiten die een deelsite van www.vlaanderen.be beheren, zelf een regelmatige kwaliteitscontrole van hun aanbod organiseren. Van de gelegenheid kan gebruik gemaakt worden om pagina's en deelsites aan te passen die nog niet afgestemd zijn op de nieuwe portaal-huisstijl.

In het kader van het door de Vlaamse regering opgezette programma Beleidsgericht Onderzoek liepen het voorbije jaar twee onderzoeksprojecten die direct relevant zijn voor het communicatiebeleid van de Vlaamse regering. Ze hadden respectievelijk betrekking op 'Overheid en doelgroepencommunicatie' en 'Transparante overheidsinformatie als competitief voordeel voor Vlaanderen'.

8.1 Overheid en doelgroepencommunicatie

Dit project is een initiatief van de Onderzoeksgroep Memori (Katholieke Hogeschool Mechelen) in samenwerking met het departement Communicatiewetenschap van de KU Leuven. Het werd uitgevoerd in nauwe samenspraak met de centrale communicatieverantwoordelijken bij de administratie Kanselarij en Voorlichting van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. In het Jaarverslag 2000 (p.48) is reeds ingegaan op de eerste fasen van dit onderzoek, dat het voorbije jaar werd afgerond.

Vrij vlug al werd het onderzoek - anders dan oorspronkelijk voorzien maar na een unanieme beslissing van de stuurgroep - toegespitst op overheidscommunicatie met kansarmen: hoe staan die kansarmen tegenover overheidsinformatie, hoe gaan zij ermee om, en welke lessen kan de overheid daaruit trekken het het oog op een effectiever en efficiënter communicatie met die bij uitstek moeilijke benaderbare maar bijzonder belangrijke doelgroep? Om het onderzoek niet extra te bemoeilijken door een confrontatie met nog grotere taal- en cultuurproblemen werd de doelgroep beperkt tot Nederlandstalige kansarmen. Er werd geopteerd voor een kwalitatieve onderzoeksmethode, namelijk focusgroepinterviews met de doelgroep. Ter voorbereiding daarvan werden individuele gesprekken gevoerd met communicatiedeskundigen bij verschillende departementen van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, en werden focusgroepinter-

views gevoerd met sleutelfiguren op het vlak van communicatie met kansarmen. Het ging daarbij om bevoorrechte getuigen uit sectoren als sociale huisvesting, OCMW, politie, revalidatiecentra, deeltijds onderwijs en crisisopvang. De focusgroepsgesprekken werden gevoerd met kansarme alleenstaande moeders, kansarme jongeren tussen 16 en 25, kansarme ouderen en heterogene groepen van kansarmen.

Het onderzoek peilde vooral naar de houding van de doelgroep ten opzichte van de overheidscommunicatie en de media - niet alleen massamedia maar ook kanalen en instrumenten als internet en gsm - en de wijze waarop mensen uit de doelgroep omgaan met media en informatie van de overheid. Het vatte de resultaten van de gesprekken samen in één term: het hoorapparaateffect. Gehoorgestoorden hebben verlies op bepaalde tonen. Een hoorapparaat versterkt niet alleen deze tonen, maar alles wat het opvangt, zonder te selecteren in functie van de aandacht van de persoon die wil horen - wat goed horenden wel voortdurend doen. Het onderzoeksrapport vergelijkt kansarmen met gehoorstoorden die op verschillende wijzen kunnen omgaan met hun hoorapparaat in een ruimte met veel mensen en rumoer: zij kunnen ontmoedigd afhaken omdat ze het gesprek toch niet kunnen volgen en zich buitengesloten voelen, het gehoorapparaat uitschakelen omdat andere mensen toch duidelijker gaan praten als ze merken dat de ander gehoorstoord is, of het gehoorapparaat niet dragen en op die manier niet meer als slechthorende herkenbaar zijn. Maatschappelijke, financiële, intellectuele of psychologische barrières hebben belangrijke gevolgen voor het al dan niet doorstromen van informatie tot bij hen, het al dan niet kunnen aanschaffen van informatie(bronnen), het al dan niet kunnen verwerken van ontvangen informatie, en het al dan niet kunnen omgaan met de informatiestroom.

Het onderzoeksrapport formuleert niet alleen besluiten maar ook aanbevelingen, zowel voor het voorlichtingsbeleid in het

algemeen als voor de aanpak van communicatiecampagnes bij de overheid. Bij de opdrachtgevende administratie Kanselarij en Voorlichting van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap stond van meet af aan de doelstelling voorop dat dit onderzoek zich niet mocht beperken tot een vrijblijvende wetenschappelijke analyse, maar moest uitmonden in voor de voorlichtingspraktijk voldoende vlot vertaalbare inzichten. Daarom maakte ook de redactie van een handleiding voor communicatie met kansarmen deel uit van de onderzoeksopdracht aan Memori/KUL. Die wordt in het najaar 2002 uitgegeven door de Vlaamse overheid en zal gratis verspreid worden bij de grote groep overheidscommunicatoren die structureel of occasioneel overheidscommunicatie met kansarme groepen moeten organiseren. Om dezelfde reden is samengewerkt met de Vereniging voor Overheidscommunicatie Kortom: de resultaten van het onderzoek zijn in première voorgesteld op het congres dat Kortom inrichtte over overheidcommunicatie met moeilijk bereikbare doelgroepen.

8.2 Transparante overheidsinformatie als competitief voordeel voor Vlaanderen

Het Interdisciplinair Centrum voor Recht en Informatica (ICRI) en het departement Communicatiewetenschap van de KU Leuven hebben de werkzaamheden aangevat van het onderzoeksproject 'Transparante overheidsinformatie als competitief voordeel voor Vlaanderen'. Doel van dit onderzoek is te komen tot concrete, uitgewerkte beleidsvoorstellen om de overheidsinformatieverstrekking in Vlaanderen te optimaliseren, met andere woorden een (regelgevend) kader te ontwikkelen om de informatie van de Vlaamse overheid meer transparant te maken. Het onderzoek wordt vanuit de Vlaamse administratie in eerste instantie begeleid door de afdeling Media-innovatie en -vergunningen van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap.

Bij wijze van eerste - belangrijke - stap leverden de onderzoekers als theoretisch kader een literatuurstudie rond openbaarheid, toegankelijkheid en transparantie van overheidsinformatie. De literatuurstudie gaat in een eerste deel in op de competitieve voordelen van transparante overheidsinformatie en op de partijen die daar baat bij hebben, omschrijft de relevante begrippen en concepten, belicht de rol van ICT in het transparant maken van overheidsinformatie en behandelt de beleidsvragen en problemen op die het gebruik van ICT oproept. Het tweede deel behandelt de drie aspecten van het juridisch kader inzake overheidsinformatie: de toegang tot, de bescherming van en de exploitatie van overheidsinformatie. Soms bevestigen zij elkaar, op andere momenten komen zij met elkaar in conflict. Ten slotte worden de krachtlijnen geschetst die naar voren komen uit het theoretische en het juridische kader van overheidsinformatie. Beide kaders worden naast en tegenover elkaar gelegd met het oog op een toetsing en een eerste aanzet tot reflectie en discussie met betrekking tot de meest prangende problemen, (juridische) lacunes en beleidsvragen die inzake transparante overheidsinformatie in Vlaanderen bestaan.

In de volgende fase zal het onderzoeksveld beperkt worden tot de exploitatie van de informatie waar de Vlaamse overheid over beschikt of beschikken kan.

In dit hoofdstuk kort aandacht voor twee aspecten van de ondersteuning van de Vlaamse overheidscommunicatie die elders in dit Jaarverslag niet aan bod komen.

9.1 Distributie van folders en brochures

Dat het systeem voor verspreiding van informatie van de Vlaamse overheid via infozuilen in bibliotheken, gemeentehuizen, OCMW's, gemeentelijke culturele centra en dergelijke meer nog steeds 'werkt', blijkt uit de groeiende wachtlijst aanvragen voor extra infozuilen. Om aan deze behoefte te kunnen voldoen is eind 2001 een bijbestelling van infozuilen geplaatst. Ze zijn geleverd en ter plaatse opgesteld in het voorjaar van 2002. Er staan nu ongeveer 1100 zo'n infozuilen opgesteld, verspreid over het hele Vlaamse land.

Het blijft echter wel noodzakelijk een evaluatiesysteem voor dit distributiekanaal te ontwikkelen zodat de optimale kwaliteit van het aanbod in de informatiezuilen op elk ogenblik verzekerd kan worden. Het in het vorige Jaarverslag aangekondigd onderzoek naar de mogelijkheden tot uitbesteding van een dergelijke kwaliteitscontrole kon nog niet afgerond worden. Dit onderzoek dient mee gebaseerd te zijn op de ervaringen van de mensen die ter plaatse nauw betrokken zijn bij dit distributiesysteem. De in het vorige Jaarverslag in het vooruitzicht gestelde bevraging van deze lokale contactpersonen diende uitgesteld te worden naar eind 2002.

In de zomer van 2001 is tevens een nieuw distributiekanaal geïntroduceerd. Een beperkte selectie van brochures en folders van de Vlaamse overheid wordt nu ook verspreid via een selectie van 836 krantenwinkels gespreid over heel Vlaanderen. Dit gebeurt in samenwerking met het persdistributiebedrijf AMP. Dit laagdrempelig kanaal brengt de informatie van de Vlaamse overheid nog dichterbij de burger. In de krantenwinkels staan de folders en brochures ter beschikking die de burger het meest aan-

spreken, van informatie over bouwpremies en studiebeurzen tot de brochures in het kader van het project Kleurrijk Vlaanderen. Ook dit distributiekanaal zal op regelmatige tijdstippen geëvalueerd worden om te kunnen bijsturen indien nodig.

9.2 Invoering van de euro

De definitieve invoering van de euro op 1 januari 2002 heeft ook bij de Vlaamse overheidsdiensten de nodige aandacht gekregen. In samenspraak met de Interdepartementale Stuurgroep Euro zijn verschillende interne en externe communicatie-initiatieven genomen om de overgang naar de euro in de kijker te zetten. Daarbij werd een dubbele klemtoon gelegd, met enerzijds aandacht voor een correct gebruik van en correcte verwijzing naar de euro in de communicatie en transacties met alle doelgroepen van de Vlaamse overheid, en anderzijds de inschakeling van de Vlaamse Infolijn voor de beantwoording van alle vragen in verband met de euro.

Bij de Vlaamse overheidsadministratie werd reeds vanaf de tweede helft van 2001 een omgekeerde dubbelvermelding van de munt gepromoot, met eerst vermelding in euro, daarna die in Belgische frank tussen haakjes. Een nieuwe omzendbrief, geldig vanaf 1 januari 2002, bevat een aantal richtlijnen en aanbevelingen betreffende de correcte schrijfwijze, afronding en dergelijke meer. Alle diensten kregen een heel beknopte klantvriendelijke tekst aangeboden waarin de burger attent gemaakt wordt op de modaliteiten van het gebruik van de euro in zijn financiële transacties met de Vlaamse administratie. Er werd aanbevolen deze tekst telkens als bijlage te versturen bij alle documenten die betrekking hadden op berekeningen en financiële verrichtingen.

Om de Vlaamse bevolking te helpen bij de overgang naar de nieuwe munteenheid heeft de Vlaamse overheid in december 2001 - begin januari 2002 en opnieuw eind februari 2002 (bij het definitieve verdwijnen van de

frank) via de geschreven pers en de radio een informatiecampagne naar het brede publiek gevoerd. Het ging niet om een algemene informatie- of sensibiliseringscampagne, de munt - en de informatieverstrekking in dit verband - behoort immers tot de bevoegdheid van de federale overheid. Wel promootte de campagne de Vlaamse Infolijn - een belangrijk informatie-instrument van de Vlaamse overheid - als vraagbaak waar iedereen terecht kon met al zijn vragen betreffende de invoering van de euro en het verdwijnen van de Belgische frank. Een bijzonder - en innoverend - aspect van deze campagne was dat de campagne in samenwerking liep met de federale overheid.

10 Communicatie in de zeven departementen van het ministerie

Dit Jaarverslag besteedt ook aandacht aan de communicatie van de zeven departementen van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap en aan de wijze waarop elk van die zeven departementen de communicatie organiseert. Dit overzicht beoogt geen enkele volledigheid. Het geeft wel een beeld van de zeer uiteenlopende accenten die de departementen leggen bij de realisatie van hun communicatiefunctie. Het is samengesteld op basis van door de departementen zelf aangeleverde informatie.

10.1 Departement Coördinatie

10.1.1 Kanselarij en Voorlichting

Samen met de informatieambtenaar staat de administratie Kanselarij en Voorlichting in voor de coördinatie van de communicatie van de Vlaamse regering en haar diensten. Zij ondersteunt en begeleidt de ministers en hun departementen bij hun communicatie-initiatieven en realiseert de algemene communicatie van de Vlaamse regering. Haar activiteiten vormen de hoofdmoot van dit Jaarverslag.

10.1.2 Buitenlands Beleid

De administratie Buitenlands Beleid van haar kant heeft een aparte cel Promotie, protocol en public relations. Die verzorgt de eigen publicaties en andere communicatie-initiatieven van deze administratie. De administratie Buitenlands Beleid ondersteunde het Belgisch voorzitterschap van de EU met communicatie-acties en was verantwoordelijk voor het uittekenen van een voorstel van Communicatiestrategie Vlaanderen Internationaal. Beide maken het voorwerp uit van het hoofdstuk Voorlichting van de buitenlandse pers en imago van Vlaanderen in het buitenland van dit Jaarverslag, zie p. 25.

10.2 Departement Algemene Zaken en Financiën

10.2.1 Belastingen

De regelgeving inzake Vlaamse belastingen veranderde het voorbije jaar vrij ingrijpend, en dat noodzaakte een belangrijke communicatie-inspanning. Om het grote publiek vertrouwd te maken met de diverse gunstmaatregelen die de Vlaamse regering begin 2002 doorvoerde inzake de registratierechten, liep in het voorjaar van 2002 op radio en tv en in de geschreven pers een campagne ter bekendmaking van de verlaagde registratierechten. In het printgedeelte van de campagne werd dieper ingegaan op enkele minder bekende elementen van de verlaging, zoals het principe van de meeneembaarheid van al eerder betaalde registratierechten. Voordien was ook al vooral via de bouwbeurs Batibouw een folder over hetzelfde onderwerp verspreid. Eind 2001 werd uitvoerig gecommuniceerd over het nultarief bij het kijk- en luistergeld. Alle aanslagbiljetten werden aangevuld met een toelichtende folder, en via de pers en de website van de Vlaamse overheid werd de bevolking uitvoerig ingelicht over de implicaties van deze fiscale maatregel. Sinds 1 april 2001 is de Vlaamse Belastinglijn operationeel, in samenwerking met de Vlaamse Infolijn. Elke burger kan er terecht met vragen over de belastingen die tot de bevoegdheid van de Vlaamse overheid behoren. Voor meer informatie in dit verband kan verwezen worden naar hoofdstuk 6.2, p. 40.

10.2.2 Ambtenarenzaken

In de sector personeelsaangelegenheden was er de opgemerkte campagne 'Ben je gek op Vlaanderen? Maak er dan je werk van!', waarmee de afdeling Wervingen en Personeelsbewegingen het oubollige beeld van "werken bij de overheid" wou doorbreken. Ondanks een beperkt budget kreeg deze campagne continuïteit doordat beeld en slogan herhaald werden in alle daaropvolgende personeelsadvertenties, die trou-

wens herschreven werden vanuit het oogpunt van de sollicitant.

10.2.3 Departementaal internetaanbod

Een belangrijk accent in de communicatie van het departement had betrekking op het internetaanbod.. Dat ging van een herschikking van de diverse deelsites tot een volledig vernieuwde site voor de administratie Planning en Statistiek.

10.3 Departement Wetenschap, Innovatie en Media

10.3.1 Wetenschap en Innovatie

Een der prioriteiten van de administratie Wetenschap en Innovatie is de Vlaamse bevolking, en de jongeren in het bijzonder, informeren over en sensibiliseren voor wetenschap en technologische innovatie. Daarvoor wordt jaarlijks het Actieplan Wetenschapsinformatie en Innovatie uitgewerkt, met een waaier van activiteiten voor zowel de schoolgaande jeugd (doe-pakketten, wetenschapstheater, de rondreizende wetenschapstruck Experion en de Olympiades) als het brede publiek (met onder meer de Wetenschapshappening in het Openluchtmuseum van Bokrijk). Het afgelopen jaar werden twee nieuwe acties gelanceerd. De eerste 'Blijf niet achter, volg wetenschappen' richtte zich met folder, tv-spot, boomerangkaartje en website tot laatstejaarsleerlingen secundair onderwijs en had als doel de in-, door-, en uitstroom van studenten wetenschappen, technologie en techniek te vergroten door meer interesse te wekken voor deze opleidingen. Een ander nieuw initiatief was de tv-reeks Enter 21. De korte filmpjes belichtten gekende en minder gekende voorbeelden van technologische innovatie. De reeks bestond uit twintig afleveringen en werd uitgezonden op alle regionale televisiezenders. Het startonderzoek Wetenschapsinformatie werd afgerond. Het geeft een eerste analyse van het luik Wetenschapsinformatie van het Actieplan en het beleid dat hieraan ten grondslag ligt.

De uitvoering van het Actieplan behoort niet tot de kerntaken van de administratie. Die doet een beroep op de inbreng van heel wat partners om het actieplan te realiseren. Dat zijn onder meer Technopolis, het Netwerk TOBO, de VRT, de olympiades en de volkssterrenwachten.

Op de website www.innovatie.vlaanderen.be vindt men onder andere informatie over innovatiebeleid en -administratie en een elektronische versie van de Speurgids. Voor de onderzoekers is er een eigen ingang. Ze vinden er de meest recente informatie over de verschillende onderzoeksprogramma's, aankondiging van conferenties en nieuwe publicaties. De nieuwe media werden ook ingeschakeld om een verdere ontsluiting van het Vlaamse onderzoeksveld te realiseren. Zo creëerde de administratie de IWETO-databank. Via dit project wordt het voor eenieder mogelijk om na te gaan op welke terreinen in Vlaanderen wetenschappelijk onderzoek verricht wordt. De administratie werkte ook, in Europees verband, een voorstel uit om radio- en tv-omroepen ertoe aan te zetten meer aandacht te besteden aan wetenschap, technologie en innovatie, en zo bij te dragen tot de wetenschappelijke kennis van de Europeanen.

De administratie Wetenschap en Innovatie voerde in het late voorjaar 2002 een campagne ter popularisering van de nieuwe media. Via tv-spots en advertenties werd de Vlaming opgeroepen zijn angst voor het internet te overwinnen. De begeleidende folder bevatte praktijkgetuigenissen van mensen die onlangs de stap naar het internet gezet hebben. De campagne wordt vervolgd in het najaar.

10.3.2 Media

De administratie Media publiceerde vooral verscheidene jaarverslagen, die veelal ook via het internet beschikbaar gesteld zijn, zoals die van de Mediaraad en het Fonds Film in Vlaanderen. Ook de adviezen van de Vlaamse Mediaraad en de beslissingen van de Vlaamse Geschillenraad voor Radio en

Televisie kunnen nu op het internet geraadpleegd worden.

10.4 Departement Onderwijs

10.4.1 Organisatie van de communicatie

De afdeling Informatie en Documentatie is belast met de planning en organisatie van de communicatie voor het hele departement Onderwijs, het beheer, de uitbouw en de kwaliteitsbewaking van het departementaal internet en intranet en de uitbating van de Infolijn Onderwijs. Ook de documentatiecel, de cel publicaties en de digitale nieuwsbrief SCHOOLdirect maken deel uit van deze afdeling. Voor het uitvoeren van haar opdrachten beschikt de afdeling over 32 personeelsleden (28 FTE's). Het communicatiebudget voor 2002 bedraagt 1.103.000 euro.

De belangrijkste communicatoren over onderwijs zijn de woordvoerder van de minister van Onderwijs en Vorming, de afdeling Informatie en Documentatie, Klasse en SCHOOLdirect. Om tot een zo eenduidig mogelijke externe communicatie te komen, overleggen deze actoren wekelijks over communicatie-initiatieven.

Er is blijkbaar een ontzettende behoefte aan informatie en communicatie over onderwijs. Dit wordt bevestigd door de tendensen die ook al in vorige jaarverslagen gesignaleerd werden. Het aantal publicaties van het departement en de oplage ervan nam verder toe. Het aantal informatie-evenementen met mogelijkheid tot face to face communicatie dat georganiseerd werd of waaraan deelgenomen werd, steeg. En de (algemene) informatie en communicatie genereert verdere informatie en communicatie: het aantal vragen naar specifieke informatie op maat nam toe.

10.4.2 Klasse

Sinds januari 2002 is er een vierde versie van het tijdschrift Klasse: Yeti – Klasse voor Kinderen richt zich naar jongeren van het vijfde en zesde leerjaar basisonderwijs. Via

de vier Klassen (naast Yeti zijn dat Klasse voor Leerkrachten, Klasse voor Ouders en Maks- Klasse voor Jongeren) en de Klasse-website slaagt de autonome redactie erin de verschillende doelgroepen te informeren, hun betrokkenheid te vergroten en de dialoog over en in het onderwijs aan te zwengelen. Aangezien deze publicaties een ontzettend groot bereik hebben (variërend van 90 tot 100% van de beoogde doelgroepen) zijn ze het medium bij uitstek om op een gerichte manier de specifieke onderwijsdoelgroepen te bereiken. De totale oplage van de verschillende publicaties bedraagt 1,2 miljoen exemplaren per maand. Het budget voor Klasse bedraagt voor 2002 2.174.000 euro.

10.4.3 Beleidsinformatie

In het voorjaar 2002 gingen de administraties Basis- en Secundair Onderwijs samen met de Onderwijsminister op Ronde van Vlaanderen. Ze gaven uitleg over actuele onderwijsthema's aan alle directies gewoon en buitengewoon basis- en secundair onderwijs en beantwoordden hun vragen. Voor het eerst werden ook schoolbesturen uitgenodigd, voor hen waren avondsessies voorzien.

Belangrijke beleidsthema's voor de externe communicatie blijven de vereenvoudiging van de regelgeving, maatregelen om het lerarenberoep aantrekkelijker te maken, nieuwe media in het onderwijs, de herwaardering van technisch en beroepssecundair onderwijs. Bijzondere aandacht ging naar gelijke kansen of hoe het onderwijs afgestemd kan worden op de verschillen tussen leerlingen en tussen cursisten, en naar de hertekening van het onderwijslandschap leerplichtonderwijs.

10.4.4 Rekrutering van leraren

Net zoals in 2001 werd een imago- en wervingscampagne gevoerd om jongeren warm te maken voor het lerarenberoep. De campagne met als baseline 'Maak jezelf onmisbaar' won de Best of Direct Marketing and Direct Response TV Award (toegekend door

het Belgisch Direct Marketing Verbond). Op de speciaal voor de campagne gemaakte website www.wordleerkracht.be ontdekten geïnteresseerden aan de hand van vragen en antwoorden de diverse mogelijkheden om leerkracht te worden.

10.4.5 Nieuwe media

Nieuwe media worden ingeschakeld om snel en efficiënt te kunnen communiceren met het onderwijsveld en het grote publiek. De elektronische nieuwsbrief en website voor directies leerplichtonderwijs SCHOOLdirect groeide in één jaar tijd uit tot een gekend, veel gelezen en alom geciteerd informatiekanaal. Ondertussen werd de doelgroep uitgebreid: sinds december 2001 krijgen de directies van Centra voor Leerlingenbeleiding, deeltijds kunstonderwijs, Centra voor Volwassenenonderwijs en basiseducatie ook nieuws op hun maat. Vanaf 1 september 2001 heeft de redactie ook een zicht op het aantal bezoekers van de website: het algemene bezoekersgemiddelde schommelt rond de 500 per dag. Op weekdagen groeide het gemiddeld aantal bezoekers van 700 in september tot 1.100 in april. Gezien de doelgroep is het logisch dat het aantal bezoekers op weekends en tijdens grote vakanties veel lager ligt: gemiddeld een 200 per dag.

Voortaan kan iedereen zich gratis abonneren op SCHOOLdirect. Dat is een antwoord op een steeds groeiende vraag vanuit het onderwijsveld: pedagogische begeleiders, inspecteurs, docenten lerarenopleiding, onderzoekers, medewerkers van de Vlaamse overheidsadministratie en leden van inrichtende machten en koepels. Abonneren kan via een link in het luik "onderwijs op het web" van de webstek van SCHOOLdirect. De verzendlijst telde eind december ongeveer 1.000 abonnees, tegen eind april was dat aantal gestegen tot 1.600.

Het departement biedt heel wat informatie aan op zijn website www.ond.vlaanderen.be. De site lokt gemiddeld 3.079 bezoekers per dag (cijfers eerste kwartaal 2002). In augustus 2001 kreeg de homepage een dui-

delijke structuur: onder een beperkt aantal hoofdrubrieken staan diverse thema's, die tegelijk hyperlinks zijn. Bij de rubricering is een stap gezet naar een opbouw vanuit de vragen en onderwerpen van de gebruikers eerder dan vanuit de vele overheidsstructuren (administraties, afdelingen, diensten). Ook na die ingreep beantwoordt de homepage maar ten dele aan deze klantgerichte aanpak, maar het is wel een eerste, noodzakelijke stap. Zowel intern als extern - in november 2001 noteerde het magazine Netwerk ond.vlaanderen.be bij de 5 beste onderwijssites en noemde de site uiterst effectief is positief gereageerd op de rubricering, en op basis van de input van gebruikers en webredacteurs wordt de website nog verfijnd.

Edulex, dat op een kwaliteitsvolle en gebruiksvriendelijke manier de onderwijswetgeving en omzendbrieven via het internet ter beschikking stelt, is sinds september 2001 on line. Om de drempel voor het gebruik van deze toepassing te verlagen, zijn verschillende informatiesessies georganiseerd voor de belangrijkste doelgroepen: personeelsleden van het departement, de schoolsecretariaten en intermediären, zoals personeelsleden van vakbonden, koepels en regionale onderwijsadministraties. Zij kregen een overzicht van de (zoek)mogelijkheden van Edulex en konden hun ervaringen met dit systeem uitwisselen.

Op de website zijn ook al enkele interactieve toepassingen terug te vinden. Zo is er de catalogus publicaties onderwijs waar geïnteresseerden de gratis publicaties on line kunnen bestellen.

10.4.6 Infolijn Onderwijs

Omdat in 2001 het aantal oproepen en mails verder steeg, fungeerde de Vlaamse Infolijn tijdens de piekperiode juni-oktober 2001 als front office voor de Infolijn Onderwijs. Eind oktober werd deze werkwijze geëvalueerd. Ondanks wat kinderziektes was de balans positief en werd beslist om deze werkwijze uit te breiden tot het hele jaar. Concreet betekent dit dat de Vlaamse Infolijn de tele-

fonische oproepen aanneemt en de (eenvoudige) vragen beantwoordt. De Infolijn Onderwijs fungeert als back-office, zij beantwoordt dus de vragen waarop de Vlaamse Infolijn het antwoord niet weet en beantwoordt alle mails, faxen en brieven. Het aantal mails bleef stijgen, tot 4877 in 2001 tegenover 2523 in 2000. Alleen al in de eerste vier maanden van 2002 behandelde de Infolijn Onderwijs meer mails dan in heel 1999 (1950 tegenover 1440).

10.5 Departement Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur

10.5.1 Organisatie van de communicatie

In de administratie Gezin en Maatschappelijk Welzijn gebeurt de coördinatie van de communicatie vooral door de afdeling Algemeen Welzijnsbeleid. Hier is één personeelslid voltijds belast met communicatie, bijgestaan door een webspecialist. Het netwerk van contactpersonen in de afdelingen komt regelmatig samen in een communicatiewerkgroep op administratieniveau. De leden van deze werkgroep zijn niet voltijds met communicatie bezig. Bij de administratie Gezondheidszorg staan twee personeelsleden, waaronder de communicatieverantwoordelijke van het team Algemene Beleidsondersteuning bij het directoraat-generaal, in voor de coördinatie van de communicatie. Samen gaat het om ongeveer één voltijdse opdracht. Binnen de administratie zijn er overlegmomenten met de aanspreekpunten in de afdelingen.

Bij de administratie Cultuur was de coördinatie van de communicatie tot eind 2001 ongeveer een halftijdse opdracht, verdeeld over 2 personeelsleden. Vanaf februari 2002 is het een voltijdse opdracht voor een nieuw aangeworven personeelslid, dat tegelijk ook webspecialist is.

Op departementaal niveau is er een voltijdse opdrachthouder Communicatie. Zij wordt bijgestaan door een webspecialist. Het com-

municatie-overleg gebeurt via de departementale werkgroep communicatie, waarin de communicatieverantwoordelijken van de administraties vertegenwoordigd zijn. Voor de beleidssector welzijn, gezondheid en gelijke kansen is er een communicatiecel waarin zowel kabinet als administratie vertegenwoordigd zijn.

10.5.2 Nieuwe media

Vanaf 2001 wordt het internet als volwaardig communicatiekanaal ingeschakeld door het departement WVC. Daarbij is gekozen voor een thematische uitbouw rond de sectoren welzijn & gezondheid, cultuur en jeugd. Verschillende deelsites werden ontwikkeld naar aanleiding van campagnes; dat was bijvoorbeeld het geval met pop-beleid, veilig genieten en de Vlaamse zorgverzekering. De interactieve toepassingen blijven voorlopig vooral beperkt tot het online zetten van aanvraagformulieren of het sturen van reacties via e-mail.

10.5.3 Welzijn, gezondheid en gelijke kansen

Om een geïntegreerde aanpak over meerdere campagnes heen te verzekeren, werd ervoor geopteerd verschillende campagnes voor één jaar samen uit te besteden aan een communicatiebureau. De campagne Slachtofferhulp had twee luiken. Het ene had tot doel volwassenen die te maken gehad hebben met een schokkende gebeurtenis op weg te helpen naar de beschikbare hulpverlening. Het andere luik wou kinderen helpen om een schokkende gebeurtenis te verwerken, vooral door een gedragsverandering te bevorderen bij mensen in de omgeving van deze kinderen. Met de campagne Vrijwilligerswerk wou de Vlaamse regering naar aanleiding van het Internationaal Jaar van de Vrijwilligers de vele vrijwilligers in Vlaanderen aanmoedigen. In het kader van de sensibiliseringscampagne tegen hersenvliesontsteking werd een informatiefolder op ongeveer 3 miljoen exemplaren gebust in heel Vlaanderen en Brussel. De boodschap van de Halebicampagne was: homo, hetero, lesbienne of biseksueel zijn is ok. De cam-

pagne wou vooroordelen in verband met holebi's wegwerken, en richtte zich vooral tot jongeren, zowel via de media als jeugdverenigingen, jongerenadviescentra enzovoort.

Op de 'Veilig genieten' campagne is reeds ingegaan in het Jaarverslag 2000 (p.32). Onderzoek wees ondertussen uit dat 84 % van de respondenten iets gelezen of gehoord heeft over de campagne. De jongeren hebben de boodschap goed begrepen en de campagne heeft een positieve attitude gecreëerd ten aanzien van veilig vrijen en anticonceptie. De negatieve reacties kwamen veelal van ouders en scholen en vonden ook heel wat weerklank in de media. Omdat de Vlaamse zorgverzekering iedereen aanbelangt, richtte een campagne zich tot alle Vlamingen met de boodschap zich voor het eind van het jaar aan te sluiten bij een zorgkas naar eigen keus en de jaarlijkse bijdrage van 10 euro te betalen. De campagne had met tv-spots op zowel de commerciële als de openbare televisie en advertenties in kranten en tijdschriften een groot mediagewicht. In het voorjaar 2002 liet de Vlaamse minister van Welzijn opnieuw van zich spreken met een campagne die zich afzette tegen het heersende schoonheidsideaal.

Andere, soms kleinschaliger en meer gerichte campagnes hadden betrekking op hulp aan gedetineerden, integrale jeugdhulp, sensibilisering van lokale besturen voor respectievelijk de aanleg van woonwagenterreinen en de oprichting van lokale dienstencentra, borstkankerscreening en kankerpreventie, en de Dopinglijn.

10.5.4 Cultuur

Drie cultuurcampagnes richtten zich het voorbije jaar tot het grote publiek. De organisatie van het Erfgoedweekend en de promotiecampagne werd gedragen door de Vlaamse Museumvereniging en de VVBAD, die onder meer het archiefpersoneel verenigt. Ter bevordering van het lezen, vooral bij doelgroepen die minder makkelijk toegang hebben tot het lezen, werd met advertenties in verschillende media de boeken-

cheque gelanceerd. En kleinschaliger was er een campagne Leeskringen met affiches en folders ter bevordering van het gezamenlijke leesgenoegen.

Daarnaast waren er ook initiatieven die zich tot specifieke doelgroepen richtten. De jongerencampagne 'Wij willen hits' maakte gebruik van radiospotjes en affiches die de doelgroep naar de website moesten lokken, waar ze meer informatie kregen over de financiële middelen die de Vlaamse overheid vrijmaakt voor het popbeleid. Nog gericht op de jeugd waren kleinschaliger campagnes in verband met onder meer 'Jongeren maken plannen' en jeugdcultuursubsidies, dat zijn subsidies om een artistiek project of product te realiseren dat op een vormende of interactieve manier aan jongeren voorgesteld wordt.

10.6 Departement Economie, Werkgelegenheid, Binnenlandse Aangelegenheden en Landbouw

Het is reeds bij vroegere Jaarverslagen gesignaleerd: omdat de vier administraties van dit departement op totaal verschillende beleidsdomeinen actief zijn, is elk der vier administraties van het departement Economie, Werkgelegenheid, Binnenlandse Aangelegenheden en Landbouw autonoom verantwoordelijk voor de organisatie van de communicatie, en is er zo goed als geen sturing op departementaal vlak.

10.6.1 Economie

Bij de administratie Economie werd een campagne opgezet om het nieuwe beleidsinitiatief van de opleidingscheques bekend te maken. Dat gebeurde met advertenties in de financieel-economische pers en gespecialiseerde magazines en een tv-spot op de openbare omroep en Kanaal Z. Het was de eerste campagne waarin een website centraal stond. Terwijl campagnes doorgaans een website inschakelen als een van de kana-

len, was het hier de bedoeling alle informatieverstrekking via een website te laten verlopen.

Ook het voorbije jaar is er weer uitgebreid campagne gevoerd om de brede bevolking te stimuleren tot een rationeler energiegebruik. Dat ging in twee golven. Een eerste en grootste mediagolf vond plaats in oktober en beoogde algemene bewustmaking en gedragsverandering. De tv-spot, die onze tomeloze energieverkwisting vergeleek met onze tafelmanieren, werd sterk gewaardeerd, ook internationaal. Hij werd genomineerd voor de Eurobest shortlists en haalde de finale op het reclamefestival van New York. In België werd hij bekroond met de gouden CCB Award van de Creative Club of Belgium. De tweede - beperktere - mediagolf in het voorjaar had bouwen en verbouwen als invalshoek en liep via de bouwbladen en affiches. Over het hele jaar werden in totaal zowat 140.000 exemplaren van negen verschillende informatiefolders verspreid, van Warmte uit zonlicht tot Ideeën voor energiebewust en veilig rijden.

De communicatie-activiteiten van het Euro Info Center behelzen de organisatie van seminars en de publicatie van brochures. De Dienst Investeren Vlaanderen (DIV) is het aanspreekpunt voor buitenlandse firma's die in Vlaanderen willen investeren. Om ook het Japanse bedrijfsleven aan te spreken in hun eigen taal werd een Japanse website www.ffio.jp gelanceerd, aangekondigd door een e-mailing in Japan en Vlaanderen.

10.6.2 Werkgelegenheid

Een belangrijke communicatieprioriteit bij Werkgelegenheid vormde de verdere uitwerking van het Trivisi-project rond maatschappelijk verantwoord ondernemen met aandacht voor mens, milieu en maatschappij. Er werd onder meer campagne gevoerd om het project en de naam bekend te maken bij de doelgroepen (bedrijven, ngo's en intermediairen), met advertenties, een tv-spot op Kanaal Z, een website en een nieuwsbrief die op 2.500 exemplaren verspreid werd. Op een congres in Antwerpen werden de in

de afgelopen twee jaar ontwikkelde instrumenten en goede praktijken voorgesteld. Alle deelnemers kregen een informatiebox met alle ontwikkelde producten onder de vorm van 13 brochures en 3 cd-roms.

Een tweede project behelsde een campagne, in samenwerking met de VDAB, ter lancering van een nieuw telefoonnummer, de Bijblijflijn. Hiermee wil de minister komen tot één centraal informatieloket waarop de burger en de bedrijven terecht kunnen voor vragen en informatie omtrent Vlaamse werkgelegenheidsinitiatieven. De Bijblijflijn is zowel bedoeld voor wie een eerste of nieuwe job zoekt, als voor wie informatie zoekt over opleidingen of meer wil weten over tijdskrediet, aanmoedigingspremies en meerwaardeneconomie. Naast het nummer werd ook een website opgestart die bezoekers volgens de gewenste informatie naar de website van de administratie Werkgelegenheid of die van de VDAB leidt.

10.6.3 Binnenlandse Aangelegenheden

Bij de administratie Binnenlandse Aangelegenheden was het meest opvallende communicatie-initiatief het voorbije jaar de grote campagne 'Thuis in de stad'. De doelstelling was dubbel: enerzijds een positieve boodschap over de stad en de stedelijkheid verspreiden, en anderzijds stelselmatig en periodiek communiceren over de initiatieven en realisaties van de Vlaamse regering op het vlak van het stedenbeleid. Ook het doelpubliek was dubbel: zowel de jonge tweeverdieners met kinderen als de vijftig-plussers. De campagne bestond uit een opeenvolging van deelcampagnes rond specifieke aspecten van het stedelijk beleid, zoals de premie voor de renovatie van stadswoningen, werkwinkels en speelruimten. Aangezien deze deelcampagnes betrekking hadden op zeer verschillende beleidsmateries, werden ze telkens uitgewerkt in nauw overleg met de betrokken kabinetten.

10.6.4 Landbouw- en Tuinbouw

Voor de sector Land- en Tuinbouw werd vanuit het beleid niet geopteerd voor een-

malige campagnes maar voor een periodiek communicatie-instrument. Buitenkansen is een maandblad van de Vlaamse overheid voor duurzame land- en tuinbouw en wordt telkens verstuurd naar al de 42.000 Vlaamse land- en tuinbouwers. Het wordt gecoördineerd door de administratie Land- en Tuinbouw, maar ook de milieu-administratie Aminal, de Vlaamse Landmaatschappij, de VLAM en zelfs de naar aanleiding van het Lambermontakkoord aan de deelstaten toegewezen federale diensten met landbouwbevoegdheid maken deel uit van de redactieraad. De bijdragen in Buitenkansen kunnen ook geraadpleegd en gedownload worden op de webstek van de administratie Land- en Tuinbouw www.vlaanderen.be/landbouw.

Alle bij de landbouw betrokken diensten en instellingen van de Vlaamse overheid hebben zoals de vorige keren met een gezamenlijke stand deelgenomen aan de landbouwbeurs Agribex 2002. Ook hier kregen de (vroegere) federale landbouwdiensten die door het Lambermontakkoord naar de deelstaten overgeheveld moeten worden reeds een plaats binnen de Vlaamse stand.

10.7 Departement Leefmilieu en Infrastructuur

Alle administraties van het departement Leefmilieu en Infrastructuur (LIN) beschikken intussen over één of twee voltijdse communicatiecoördinatoren. Samen met de departementale opdrachthouder Communicatie worden maandelijks de opdrachten onder de loep genomen. Ook in de afdelingen zijn er specialisten om de communicatiecampagnes verder vorm te geven. Projectcommunicatie wordt sterk uitgebouwd, zoals bijvoorbeeld bij het Masterplan Antwerpen en de strategische projecten van de administratie Waterwegen en Zeezeven. Het afgelopen jaar ging ook veel aandacht naar interne communicatie, met een bijzondere klemtoon op de nieuwe media.

10.7.1 Nieuwe media

In het raam van het e-government werd het bedrijvenloket op het internet (www.ondernemen.vlaanderen.be) verder ontwikkeld. Het is met 282 andere Europese toepassingen grondig geëvalueerd en kreeg van de Europese Commissie het 'e-Government'-label mee, als een van de beste 62 applicaties in Europa.

Het thema 'mobiliteit' is gekozen als een der proefprojecten voor de invoering van het content management system. Zo'n systeem moet het onderhoud van een website vergemakkelijken. De Mobiliteitscel heeft inmiddels een algemene informatiestructuur voor de website uitgedokterd en een redactionele workflow uitgetekend, en is vervolgens aan de bouw van de deelelementen begonnen. Op basis van de proefprojecten zullen voor- en nadelen van het voorgestelde content management systeem afgewogen worden.

Het internet wordt ook voor de overheid een essentieel marketinginstrument. Zo is nagevraagd de hele communicatie over de door het departement georganiseerde Europese telematicaconferentie 'eMobility, a Stimulus for Intermodality' digitaal gevoerd, en is de efficiëntie van deze aanpak ook onderzocht. De resultaten waren alvast zeer positief en wijzen uit dat een oordeelkundig gebruik van webmarketing het mogelijk maakt om flexibel en doelgericht te communiceren. De opgedane ervaring is beschreven in een beknopte case study.

10.7.2 Rekrutering van nieuw personeel

Nieuwe personeelsleden aanwerven, vooral voor knelpuntberoepen als ingenieurs, gegradueerden elektromechanica en dergelijke, is geen makkelijke zaak. Daarom is het departement Leefmilieu en Infrastructuur rechtstreeks gaan rekruteren op de campusen. Een specifieke werkgroep onder leiding van de afdeling Personeel van de administratie Algemene Administratieve Diensten (AAAD) heeft hiervoor een rekruteringscam-

pagne opgezet. In het voorjaar van 2001 was LIN aanwezig op liefst dertien technisch georiënteerde jobbeurzen van universiteiten en hogescholen. Ondanks de sterke concurrentie van grote en bekende bedrijven was de actie een succes. 550 studenten wilden op de hoogte gehouden worden van de vacatures bij LIN.

Het nieuwe, geautomatiseerde personeels-beheerssysteem Vlimpers voor het personeel van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap bevat ook een module Vacaturemarkt, die het mogelijk maakt de jobaanbiedingen digitaal te raadplegen en waar externe kandidaten vanaf eind 2002 ook digitaal hun sollicitatie zullen kunnen indienen.

10.7.3 Waterwegen en Zeewezen

De administratie Waterwegen en Zeewezen (AWZ) werkte mee aan een hele waaier activiteiten, evenementen, campagnes, beurzen en studiedagen. Een kleine greep daaruit. Naar goede gewoonte organiseerde AWZ opnieuw de internationale tentoonstelling 'Flanders, Maritime Region of Europe' in samenwerking met de Vlaamse havens. De tentoonstelling werd opgezet op het schip Godetia, dat er de havens van Stockholm, Malmö en Göteborg en Brussel mee aan-deed. De administratie voerde een doorge-dreven communicatiecampagne rond de Langetermijnvisie Schelde-estuarium en was opvallend aanwezig op Portival. Ook de AWZ-website, het AWZ-jaarboek en het infomagazine Waterspiegel kunnen op steeds meer bijval rekenen. AWZ wil de bevolking inlichten over het gevoerde beleid en een dialoog voeren met alle betrokken partijen, en gaat daarbij de gevoelige thema's niet uit de weg. Zij voerde in dit verband informatiecampaagnes rond het Groeistrand en de toegang tot de haven van Oostende, integraal kustzonebeheer, het gecontroleerd overstromingsgebied Krui-beke-Bazel-Rupelmonde en het Strategisch plan voor de haven van Brugge-Zeebrugge.

Om de crisiscommunicatie bij rampen efficiënt te laten verlopen, is een bestek voor

externe ondersteuning uitgewerkt. Het kust-weerbericht met voorspellingen van getijden en golven is vrij beschikbaar gesteld op de website van AWZ (<http://www.awz.be/>) en kent een aanzienlijk succes.

Ten slotte heeft een externe opdracht 'ont-wikkeling en ondersteuning van een com-municatiestrategie voor de administratie' tot belangrijke aanbevelingen geleid. Zo komt er meer aandacht voor de interne communi-catie. Dat moet de herkenbaarheid gevoelig verbeteren.

10.7.4 Integraal waterbeleid en -beheer

De vzw Water verenigt actieve leden van de overheid en de privé-sector die de ontwikke-lingen in de watersector en de problematiek van integraal waterbeheer op de voet volgen. De vzw kreeg de opdracht om voor het departement LIN de promotie voor integraal waterbeheer te verzorgen, binnen het alge-mene kader van de uitvoering van de Europese Kaderrichtlijn Water. De vzw geeft het digitale tijdschrift Water uit. Verder kwam er een gedrukte en een elektronische nieuwsbrief. De website www.viwc.be biedt het tijdschrift, de nieuwsbrief en een archief van tijdschriftenartikels aan.

10.7.5 Ruimtelijke ordening

Bij de communicatie over ruimtelijke orde-ning wordt al enkele jaren de nadruk gelegd op sensibilisering in het algemeen en pre-ventie van overtredingen in het bijzonder. Met advertenties, tv-spots en brochures wil de administratie het draagvlak voor het ruimtelijk beleid vergroten. Dit heeft in 2001 geleid tot een reeks tv-uitzendingen op de regionale zenders, met daarin aandacht voor alle facetten van de ruimtelijke orde-ning: de noodzaak van een goede ruimtelijke ordening; de ruimtelijke planning; het ver-gunningenbeleid en het toezicht hierop, en het handhavingsbeleid.

Ter uitvoering van het Ruimtelijk Structuur-plan Vlaanderen lopen verschillende plan-ningsprocessen, zoals bijvoorbeeld voor de afbakening van de stedelijke gebieden. Deze planningsprocessen streven naar een zo

breed mogelijk maatschappelijk draagvlak. Via folders, nieuwsbrieven en inspraakfora worden de relevante organisaties en de lokale bewoners betrokken bij het procesverloop. In het kader van het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen lopen nog andere onderzoeksopdrachten die specifieke begrippen of thema's uitdiepen. Om de resultaten van deze opdrachten een grotere bekendheid te geven, verschenen brochures over de studies rond kantoren in Vlaanderen en rond transport en logistiek. Het boek *Dichter Wonen* geeft met praktijkvoorbeelden aan wat het begrip 'ruimtelijke verdichting' betekent.

De problematiek van de zonevreemde woningen heeft een hele tijd bovenaan op de politieke agenda gestaan en resulteerde medio 2001 in een decreetswijziging. Onder meer de folder *Zonevreemd in Vlaanderen*: zicht op zekerheid moest misverstanden in verband met zonevreemde woningen uit de wereld helpen. Ten behoeve van de gemeentebesturen werd een handleiding ontwikkeld, die de gemeenten een methodiek aanreikt om de problematiek van de zonevreemde woning op planmatige en gebiedsgerichte manier aan te pakken. Voor de tijdelijke amnestie voor zonevreemde woningen is een informatiecampaagne gevoerd in de kranten.

10.7.6 Huisvesting

In december 2001 ging de website *Wonen in Vlaanderen* (www.vlaanderen.be/wonen/) online, nadat de start ervan door technische problemen herhaaldelijk uitgesteld was. Al meteen koos de Financieel-Economische Tijd hem als 'website van de week'. De site wil een zo breed mogelijke doelgroep zo volledig mogelijke informatie over het woonbeleid in Vlaanderen aanbieden: sociale huisvesting, de verzekering tegen inkomensverlies, en de verschillende premies en tegemoetkomingen van de Vlaamse overheid voor het huren, bouwen, kopen en verbouwen van een woning. Links leiden naar webpagina's van andere instanties zoals Vlaams Woningfonds en Vlaamse Huis-

vestingsmaatschappij die gelijkaardige tegemoetkomingen of leningen aanbieden. Een gedetailleerde adressenlijst verwijst de gebruiker door naar de juiste persoon of instelling. Ook wie beroepsmatig betrokken is bij de huisvestingssector vindt op de website heel wat relevante informatie, van de hele Vlaamse regelgeving inzake huisvesting en de woonkwaliteitsbewaking tot een overzicht van het sociaal-wetenschappelijk onderzoek over wonen in Vlaanderen. Een apart onderdeel informeert sociale huisvestingsmaatschappijen en andere initiatiefnemers van sociale woonprojecten. De site *Wonen in Vlaanderen* is inmiddels een half jaar operationeel en heeft al een zeer groot aantal reacties en vragen opgeleverd. Daarnaast heeft de sector Huisvesting in 2001 de advertentiecampaagnes over de nieuwbouw- en renovatiepremie en de verzekering tegen inkomensverlies herhaald.

10.7.7 Monumenten en Landschappen

Op een door haar georganiseerd symposium stelde de afdeling Monumenten en Landschappen haar nieuwe landschapsatlas voor en bracht ze de gebruiksmogelijkheden ervan onder de aandacht van openbare besturen, studiebureaus, planologen, milieu-ambtenaren en verenigingen. De atlas geeft aan waar de historisch gegroeide landschapsstructuur tot op vandaag herkenbaar is gebleven. De digitale kaarten zijn gekoppeld aan een databank. Een toelichtend boek *Nieuwe impulsen voor de landschapszorg* vergezelt de cd-rom met kaarten en beschrijvende fiches per landschapsrelict.

10.7.8 Sensibilisering inzake mobiliteit

Zoals de voorgaande jaren werden opnieuw vier mobiliteitscampagnes opgezet, telkens met een affiche langs de autosnelwegen en de gewestwegen, een radiospot en artikelen in *Uitweg*, het blad voor een betere mobiliteit. Ze hadden betrekking op het woonwerkverkeer, verkeersleefbaarheid, recreatief verkeer en alternatief vervoer. De campagnes legden de link tussen slechte eetgewoonten en slechte verkeersgewoonten.

Want net zoals eenzijdige voeding ongezond is, heeft het telkens weer terugvallen op de auto nare gevolgen, economisch zowel als ecologisch en sociaal. Achteraf is het effect van de vier campagnes gemeten. Daaruit blijkt dat niet minder dan 8 % van de personen die de affiches gezien of de radiospots gehoord ook daadwerkelijk iets aan zijn gedrag gewijzigd heeft. Tegelijk bleek echter dat slechts 35% van de bevroagden met iemand over de campagne gepraat had, een cijfer dat dringend hoger moet: gedrag veranderen begint met praten over dat gedrag. Mede daarom wordt in 2002 de communicatiestijl wat meer confronterend.

Een andere grote campagne van 2001 was die over energiebesparend rijden. Ze toonde dat zuinig rijden niet alleen goed is voor de portemonnee maar ook voor de verkeersveiligheid. De affichecampagne was gelinkt aan een tv-spot en een brochure met tips en weetjes over zuinig en veilig rijden. De brochure is uitgegeven in samenwerking met de afdeling Natuurlijke Rijkdommen en Energie. In mei en september 2001 vonden de Week van de Zachte Weggebruiker en de Week van Vervoering plaats, telkens georganiseerd door de vzw Komimo, een samenwerkingsverband van verenigingen die actief zijn rond het verkeersbeleid, en de lokale overheden. Beide weken waren stevig omkaderd met een mediacampagne met tv-spots en een campagnekrant. Tijdens de Week van Vervoering is de eerste nationale 'zonder-auto-mobiel-in-de-stad-dag' gehouden, een evenement met Europese grondslag. Komimo bestudeerde de vraag hoe in dit verband duurzame autoluwe projecten in steden en gemeenten gestimuleerd kunnen worden. De resultaten van dit onderzoek werden teruggekoppeld naar de lokale overheden. Die ontvingen meteen een handboek om de tweede autoloze dag in oktober 2002 tot een succes te maken.

Het departement LIN heeft ook deelgenomen aan de actie Levenslijn-Kinderfonds van VTM en de Koning Boudewijnstichting. Het thema voor 2002 is immers verkeersveiligheid voor kinderen en sluit dus perfect aan

bij de aandacht voor verkeersveiligheid van de Vlaamse overheid. Het departement ondersteunde de fietshelmen campagne financieel en droeg bij tot het verkeerswaaiër-project. De 'verkeerswaaiër' bevat 12 voorbeelden van initiatieven voor een kindvriendelijker verkeer. Het moedigt individuen en bewonersgroepen aan om een steentje bij te dragen aan een veilige omgeving voor jongeren. Geselecteerde lokale projecten krijgen financiële ondersteuning.

Het ontwerp-Mobiliteitsplan Vlaanderen toont hoe de mobiliteit zich de komende tien jaar kan ontwikkelen. Het stippelt beleidslijnen uit en stelt prioriteiten inzake openbaar vervoer en infrastructuurnetwerken. Ter voorbereiding van de goedkeuring door de Vlaamse regering is een doelgroepgerichte informatiecampagne opgezet. Behalve de eigen personeelsleden kregen ook de belangengroepen en de andere overheden (ondermeer politie en parket) een professionele toelichting.

Al enkele jaren werkt de administratie Wegen en Verkeer aan het Masterplan voor Mobiliteit in Antwerpen, in samenwerking met De Lijn, de NMBS, de Stad Antwerpen, de afdeling Elektriciteit en Mechanica Antwerpen en de afdelingen Zeeschelde en Maas & Albertkanaal van AWZ. Het Masterplan Antwerpen moet de verkeersknoop in en om Antwerpen ontwarren, en zet daartoe in de komende tien jaar belangrijke infrastructuurwerken op het programma. Een extern communicatiebureau is belast met de opdracht om het draagvlak voor de verschillende deelprojecten te versterken.

10.7.9 Informatie voor de weggebruiker

In de administratie Wegen en Verkeer (AWV) waren in 2001 twee werkgroepen actief rond de verbetering van de communicatie bij wegwerkzaamheden. De ene werkgroep werkte een brochure uit om omwonenden te informeren over kleine en middelgrote wegenprojecten. De werkgroep Verkeersinfo van zijn kant bekeek de rol van verkeersinformatie bij wegwerkzaamheden en ging na wat het

meest geschikte moment is om die informatie te verspreiden. Naar gelang van de aard, de duur en de impact van wegenwerken is een andere informatievoorziening aangewezen. Er kwam ten slotte ook een werkgroep 'Externe communicatie AWW' om de nazorg te verzekeren.

Een tweede communicatiecampagne bij de werkzaamheden aan het viaduct van Vilvoorde is geëvalueerd op basis van een media- en gebruikersonderzoek. Ze is ook vergeleken met de eerste campagne in 2000, bij de eerste fase van de werken. De tweede informatiecampaagne had meer artikels en radiobijdragen tot gevolg, maar minder items op tv. De persberichtgeving had in 2001 ook een positievere teneur dan in 2000. De Vlaamse Infolijn werd in 2001 1552 keer geraadpleegd over de werken, tegenover slechts 66 keer in 2000. Het aantal reacties via de wegenwerken-site bleef ongeveer constant. Ook is gebleken dat flyers en affiches onontbeerlijk zijn voor een integrale communicatieaanpak. Ze ondersteunen de klassieke berichtgeving en brengen de wegenwerken in beeld. Bij het media- en gebruikersonderzoek is ook de perceptie van de gebruiker bestudeerd. Net als in 2000 waren ook in 2001 radio en tv de voornaamste informatiekanaalen voor wegwerkzaamheden. 47% van de ondervraagden zei over de werkzaamheden gehoord te hebben via de spot op Radio Donna en Radio 1. De radiospot scoorde hiermee hoger dan krantenartikelen (36%). De klassieke berichtgeving via tv, radio en geschreven pers haalde in beide jaren dezelfde score. De rol van de aanvullende website en het e-mailbericht bleef gelijk.

Ook aan het verkeersbegeleidingssysteem op de Antwerpse Ring is in 2001 stevig voortgewerkt. De ambities van dit programma voor verkeersafwikkeling en verkeersinformatie zijn automatische incidentdetectie, extra camerabewaking en het inzetten van borden met veranderlijke aanduidingen boven de weg. Voor deze borden is een bibliotheek van standaardboodschappen met teksten en pictogrammen samengesteld.

Zo kan dynamisch ingespeeld worden op de verkeerssituatie en bijvoorbeeld gewaarschuwd worden voor file of snelheidsbeperking, een alternatieve reismogelijkheid geadviseerd of gewezen op een of andere lokale verkeersregeling. Dankzij een continue reistijdberekening op de Ring (in ontwikkeling) weet de weggebruiker altijd wat de snelste route om Antwerpen is (rijrichting 1 of 2). In de toekomst zal een prognosemodel nog extra informatie bieden. Hinder zal zoveel mogelijk beperkt worden en men zal de weggebruikers altijd een alternatieve route aanwijzen. Wegwijzers, signalisatie en wegmarkeringen moeten voor een vlottere verkeersdoorgang zorgen. Opmerkelijk is de mogelijkheid om bij ernstige hinder de Liefkenshoektunnel tijdelijk tol vrij te maken en als alternatieve route aan te bieden. De Vlaamse overheid betaalt in dat geval de 'schaduwtoel'. Ook rond het verkeersbeheer en het project Liefkenshoektunnel is een informatiecampaagne opgezet via folders en het web.

10.7.10 Milieubeleid

Het ontwerp-Milieubeleidsplan 2003-2007 is in het voorjaar 2002 via een openbaar onderzoek aan de bevolking voorgelegd. Om daarvoor een breder draagvlak te verkrijgen is een communicatiestrategie uitgewerkt. Er werd gebruik gemaakt van een tv-spot en advertenties om het openbaar onderzoek aan te kondigen, een informatiefolder om de aandacht te prikkelen en het maatschappelijk debat te stimuleren, een samenvattende informatiebrochure, en een website waar men het ontwerp-Milieubeleidsplan kon downloaden en alle opmerkingen rechtstreeks aan het Gewestelijk Milieu-overleg (GMO) bezorgen. In elke provincie werden tevens twee infosessies georganiseerd. De opmerkingen van burgers, bedrijven en verenigingen, alsook de verplichte adviezen van bijvoorbeeld de gemeenten worden door het Gewestelijk Milieu-overleg bijeengebracht en verwerkt tot een definitief ontwerp dat later in het jaar aan de Vlaamse regering ter goedkeuring zal worden voorgelegd. Op het vorige

Milieubeleidsplan kwamen zo'n 6.000 reacties binnen. Voor het nieuwe plan wordt een stijging van het aantal reacties verwacht omdat er thans ook gebruik gemaakt is van een website waar de burgers makkelijk hun mening kwijt kunnen.

De Vlaamse overheid werkt aan de uitvoering van een lichthinderbeleid, met een urgentieplan Lichthinder, een samenwerkingsovereenkomst met de gemeenten en een aantal wettelijke bepalingen rond lichthinder in Vlarem en andere reglementeringen. Rond deze problematiek is in 2001 een eerste brochure Lichtvervuiling en reclame opgesteld en verstuurd naar de lokale besturen.

De informatie over milieuhinder was tot dusver beperkt, verspreid en niet gestandaardiseerd. Ter uitvoering van het MINA-plan 2 is een project gestart om te komen tot een permanent geactualiseerde inventaris van de verschillende bronnen van milieuhinder. In 2001 is intensief gewerkt aan een internettoepassing om milieuklachten systematisch te registreren en te volgen. Via deze toepassing kunnen bevoegde instanties zelf klachten melden aan een centrale databank. Het initiatief zal de bevolking en de gemeenten vanaf 2002 een gestructureerd kanaal bieden waarlangs iedereen zijn mening kwijt kan over de lokale milieusituatie. Alle bijdragen worden geregistreerd en gevolgd, zodat het systeem een nuttig beleidsinstrument wordt om probleemsituaties tijdig op te sporen. Zowel de administratie Milieu-, Natuur-, Land- en Waterbeheer (AMINAL) als de provincies en een aantal gemeentebesturen zijn betrokken bij de ontwikkeling van het systeem.

10.7.11 Milieu-educatie

In het secundair en hoger onderwijs heeft milieuzorg zich een plaats veroverd met het project Groene School. In het basisonderwijs ontbrak een dergelijk initiatief nog, hoewel duurzame gedragsverandering best zo vroeg mogelijk begint. Daarom startte in september 2001 het project Milieuzorg Op School. Het moedigt basisscholen aan om

kinderen milieuverantwoord te laten experimenteren en samen met hen aan een milieuvriendelijke school te bouwen. Een handleiding geeft voor elk thema een overzicht van geschikt lesmateriaal en suggesties voor buitenschoolse activiteiten.

Op de Canon-natuurdag van 8 november 2001 in Roeselare konden scholen op zoek gaan naar vernieuwende en creatieve natuur- en milieuprojecten. Leerkrachten maakten er in werkwinkels kennis met een groot aantal bestaande schoolprojecten: een Educatief Reservaat, een energiebewuste school, Kunstige Kippen, een Waterweek, enz. Op de natuur- en milieumarkt stelden verschillende organisaties hun natuur- en milieueducatief aanbod voor.

Aansluitend bij de campagne 'Water, elke druppel telt' bedacht het Natuur- en Milieu-Educatief Centrum De Helix in Grimminge een milieu-educatief project rond het thema water, met een interactieve tentoonstelling en tal van evenementen. De tentoonstelling biedt eenvoudige en innoverende oplossingen voor een watervriendelijke woning, en in de tuin kan men kennismaken met verschillende systemen om afvalwater kleinschalig te zuiveren. De kinderen verkennen ondertussen het uitgestippelde beleevingspad. In 2001 maakten meer dan 20.000 bezoekers kennis met dit project, dat nog loopt tot september 2002.

Naar jaarlijkse gewoonte heeft de afdeling Bos & Groen weer drie activiteiten georganiseerd voor het grote publiek: de Boomplantdag, de Dag van het Park en de Week van het Bos. De Boomplantdag op 21 maart en de Dag van het Park op 27 mei werden op de klassieke wijze bekendgemaakt. Ongeveer 120.000 mensen kwamen op de Dag van het Park een kijkje nemen. De 23ste Week van het Bos, mede georganiseerd door de Vereniging voor Bos in Vlaanderen, lokte ongeveer 200.000 bezoekers. Dit kwam niet alleen door de interessante activiteiten, maar ongetwijfeld ook door de opvallende communicatiecampagne in de media. Voor de Week van het Bos

2001 (en de Dag van het Park 2002) is immers gekozen voor een overkoepelende campagne met de slogan 'Vlaanderen wordt steeds groener'. De campagne verwijst naar het belang van duurzaam beheer om de toekomst van het groen te garanderen, zowel in parken als in bossen. De slogan ondersteunt ook de eigen thema's van beide evenementen, namelijk het harmonisch parkbeheer en het duurzaam bosbeheer.



Organisatie van de communicatie

11 Communicatiebudget

11.1 Centraal communicatiebudget

De budgetten voor de uitvoering van het algemene communicatiebeleid zijn terug te vinden in programma 11.2 ("Communicatie en Ontvangst") van de Vlaamse begroting.

11.1.1 Budget in 2001

In 2001 ging het om volgende budgetten:

- basisallocatie 12.11 : 45 miljoen fr. (na begrotingscontrole en kredietherschikking) voor allerlei uitgaven in verband met algemene en/of gemeenschappelijke manifestaties in het kader van de interne en externe communicatie;
- basisallocatie 12.12 : 94,6 miljoen fr. (na begrotingscontrole) voor de verdere uitbouw van het internet en intranet;
- basisallocatie 12.17 : 115 miljoen fr. (na begrotingscontrole en kredietherschikking) voor de Vlaamse Infolijn;
- basisallocatie 12.20 : 198 miljoen fr. (na begrotingscontrole) voor informatie- en sensibiliseringscampagnes en voor de generieke ondersteuning van de communicatie;
- basisallocatie 12.23 : een provisioneel krediet van 300 miljoen fr. voor sectorale communicatiecampagnes en -initiatieven van de Vlaamse ministers;
- basisallocatie 12.24 : 12,3 miljoen fr. om de diensten van de Vlaamse regering toegang te geven tot de digitale persknipseldienst Mediargus;
- basisallocatie 33.11 : een over drie jaar gespreide startsubsidie van telkens 2 miljoen fr. voor de Vereniging voor Overheidscommunicatie Kortom.

11.1.2 Budget in 2002

In 2002 waren volgende budgetten beschikbaar :

- basisallocatie 12.11 : 1.259.000 euro (50,8 miljoen fr.) voor allerlei uitgaven in verband met algemene en/of gemeen-

schappelijke manifestaties in het kader van de interne en externe communicatie;

- basisallocatie 12.12 : 943.000 euro (38 miljoen fr.) voor de verdere uitbouw van het internet en intranet;
- basisallocatie 12.17 : 2.681.000 euro (108,15 miljoen fr.) voor de Vlaamse Infolijn; bij de budgetcontrole werd dit budget verhoogd tot 3.611.000 euro (145,7 miljoen fr.); deze verhoging werd gecompenseerd op het budget dat in de begroting voorzien was voor de deelname van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap aan de beurt FTI Technoland;
- basisallocatie 12.20 : 4.963.000 euro (200,2 miljoen fr.) voor informatie- en sensibiliseringscampagnes en voor de generieke ondersteuning van de communicatie;
- basisallocatie 12.23 : een provisioneel krediet van 7.437.000 euro (300 miljoen fr.) voor de sectorale communicatiecampagnes en -initiatieven van de Vlaamse ministers;
- basisallocatie 12.24 : 308.000 euro (12,4 miljoen fr.) voor het abonnement van de diensten van de Vlaamse regering op de digitale persknipseldienst Mediargus;
- basisallocatie 33.11 : 50.000 euro (2 miljoen fr.) : startsubsidie voor de Vereniging voor Overheidscommunicatie Kortom.

Nieuw in 2002 waren

- basisallocatie 12.22 : 1.924.000 euro (77,6 miljoen fr.) voor de voorbereiding van de uitbouw van geïntegreerde loketten; het is voor het eerst dat een afzonderlijk budget voorzien wordt voor de realisatie van het e-government;
- basisallocatie 12.14 : 1.714.000 euro (69,1 miljoen fr.) voor het project Kleurrijk Vlaanderen;
- basisallocatie 12.28 : 250.000 euro (10,1 miljoen fr.) voor communicatie in verband met de reorganisatie van de Vlaamse over-

heidsadministratie (het project Beter Bestuurlijk Beleid).

11.1.3 Voornaamste evoluties

De meest opvallende evolutie bij het centrale communicatiebudget is de onafgebroken stijging van het budget voor de Vlaamse Infolijn, van 50,4 miljoen fr. in 1999 tot 3.611.000 euro of 145,7 miljoen fr. in 2002, om de werkingskosten op te vangen die gepaard gingen met de zeer sterke stijging van het aantal oproepen. Het totale budget (basisallocaties 12.20 en 12.23, samen 498 miljoen fr. in 2001, en 12,4 miljoen euro of 500,2 miljoen fr. in 2002) voor enerzijds de algemene communicatiecampagnes van de Vlaamse regering en de generieke ondersteuning van de communicatie en anderzijds de ondersteuning vanuit het centrale budget van de sectorale communicatie van de ministers verhoogde in 2002 amper, nadat het in 2001 sterk opgetrokken was ten nadele van de eigen communicatiekredieten van de ministers. Nadat in 2001 een bijzondere financiële inspanning nodig was voor de realisatie van de nieuwe portaalsite, kon het budget voor internet en intranet in 2002 opnieuw substantieel verlaagd worden, al dient daar wel aan toegevoegd dat internet-toepassingen ook vanuit andere budgetten gefinancierd kunnen worden. Met de toekenning van een substantieel apart budget van meer dan 1,7 miljoen euro in 2002 schoof de Vlaamse regering dan weer duidelijk het project Kleurrijk Vlaanderen naar voren als een van haar prioritaire projecten.

11.1.4 Centraal vs. sectorale communicatiebudgetten

In 2001 werd geopteerd voor een strikte scheiding tussen het centrale communicatiebudget (basisallocatie 12.20) en een apart totaalbudget voor de eigen communicatie-initiatieven van de Vlaamse ministers. Het centrale communicatiebudget was bestemd voor de algemene communicatie van de Vlaamse regering (Kleurrijk Vlaanderen) en voor de generieke ondersteuning van de communicatie (samenwerking met nieuwsagentschap Belga, klantvriendelijk distribu-

tiennetwerk voor de publicaties van de Vlaamse overheid, pretesting en effectmeting van campagnes,...). Het provisioneel krediet van 300 miljoen fr. op basisallocatie 12.23 was daarentegen bedoeld voor de eigen communicatiecampagnes en -initiatieven van de Vlaamse ministers.

Voor 2002 werd een minder strak onderscheid gemaakt tussen beide budgetten. Weliswaar bleef een groot deel van basisallocatie 12.20 voorbehouden voor de generieke ondersteuning van de communicatie, en was meer dan de helft (53 %) van het provisioneel krediet op basisallocatie 12.23 bestemd voor de sectorale communicatie van de ministers. Doch het budget voor het nieuwe project Regionale beleidscommunicatie via regionale media werd wel gespreid over beide begrotingsposten. Echt te verwonderen hoeft dit niet. Het project (zie hoofdstuk 5.7, p.34) beoogt immers een meer geïntegreerde aanpak, over de hele Vlaamse regering heen, van beleidscommunicatie die anders louter sectoraal aangepakt zou zijn.

11.2 Sectorale communicatiebudgetten

11.2.1 Verdeling van het provisioneel krediet

Zoals uit het bovenstaande mag blijken, kan de bespreking van de sectorale communicatiebudgetten niet los gezien worden van de evolutie van het centrale communicatiebudget. Want zowel in 2001 als 2002 was een zeer substantieel deel van dat centrale budget bestemd voor de sectorale communicatie van de ministers en hun administraties. Telkens ging het om een provisioneel krediet, dat in de loop van het begrotingsjaar met een gewone beslissing van de Vlaamse regering verdeeld kon worden over de respectieve activiteitenprogramma's van de Vlaamse ministers. Die verdeling gebeurde in de twee jaren evenwel op een verschillende wijze.

De verdeling van het budget in 2001 gebeurde op basis van een rondvraag bij alle ministers en hun administraties. Een werkgroep bestaande uit de communicatieverantwoordelijken van de ministers werkte een voorstel van verdeling uit, dat de Vlaamse regering eind april 2001 goedkeurde.

Oorspronkelijk werd er voor 2002 van uitgegaan dat elke minister opnieuw volop budgettair geresponsabiliseerd werd voor zijn of haar communicatie-initiatieven, dat elke minister dus eigen begrotingsvoorstellen moest indienen voor de communicatie-initiatieven die hij of zij plande en dat deze budgetten op de eigen begrotingsprogramma's van de ministers ingeschreven zouden worden. Geconfronteerd met de substantiële meeruitgave die de optelsom van de onderscheiden begrotingsvoorstellen met zich mee zou brengen, besliste de Vlaamse regering bij de begrotingsbesprekingen evenwel deze afzonderlijke nieuwe voorstellen van communicatiebudgetten te schrappen, en opnieuw te vervangen door één gezamenlijk provisioneel krediet dat in de loop van het jaar over de ministers verdeeld zou worden. In tegenstelling tot het voorgaande jaar, toen de ministers projecten moesten indienen, kreeg elke minister daarvan een gelijk bedrag, nl. 396.630 euro, toebedeeld, waarover hij of zij vrij kan beschikken.

de budgetten die in de onderscheiden beleidssectoren uitgegeven worden aan communicatie.

11.2.2 Eigen communicatiebudgetten van de ministers

Daarnaast konden en kunnen de Vlaamse ministers ook, binnen hun eigen beleidskredieten, puur sectorale communicatiebudgetten voorzien. Vaak zijn deze budgetten als zodanig herkenbaar. In een aantal gevallen echter rekenen ministers of hun administraties communicatie-initiatieven aan op hun algemene werkingsmiddelen. Bovendien vallen bepaalde substantiële communicatie-uitgaven, zoals personeelsuitgaven en de courante kosten voor informatica, ten laste van de zogenaamde bestaansmiddelen. Op die wijze blijft het zo goed als onmogelijk een betrouwbaar totaalbeeld te krijgen van

12 Contacten en samenwerking met andere instanties

12.1 Vlaams Parlement

Het geregeld overleg tussen de verantwoordelijken van de dienst Externe Relaties van het Vlaams Parlement en de informatieambtenaar van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap was ook het voorbije jaar de basis voor een vlotte samenwerking op communicatievlak tussen Vlaams Parlement en ministerie. Het Uitgebreid Bureau van het Vlaams Parlement stemde in met de integratie van dit samenwerkingsverband in de structurele samenwerking tussen beide instellingen in het kader van het samenwerkingsprotocol tussen het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap en het Vlaams Parlement.

De samenwerking kreeg niet alleen vorm naar aanleiding van concrete evenementen, zoals de Vlaanderendag, maar ook structureel: medewerking aan de Vlaamse Infolijn, portaalsite www.vlaanderen.be, deelname van het Vlaams Parlement aan de centrale media-aankoop van de Vlaamse overheid, enz. Ook de samenwerking tussen de Vlaamse Ombudsdienst en de Vlaamse Infolijn rond de beantwoording of doorverwijzing van mensen die bellen of mailen met vragen of klachten werd voortgezet. De Vlaamse Ombudsdienst werkte actief mee aan de campagne die het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap in juni 2002 opzette ter bekendmaking van het nieuwe Decreet Klachtrecht, en het Vlaams Parlement nam een substantieel deel van de mediakost voor deze campagne voor zijn rekening.

12.2 Vlaamse openbare instellingen

Voor een overzicht van de samenwerking tussen het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap en de Vlaamse openbare instellingen inzake communicatie kan verwezen worden naar het Jaarverslag 1999 (pp.64-65). De samenwerking heeft vooral betrekking op de Vlaamse Infolijn, de portaalsite www.vlaanderen.be, de centrale media-aankoop en

occasionele samenwerking bij de voorbereiding van multimediale campagnes.

Steeds meer Vlaamse openbare instellingen vinden de weg naar het systeem van centrale media-aankoop voor de Vlaamse overheid. Occasioneel doen zij ook een beroep op de expertise bij het ministerie voor adviesverlening bij en de ondersteuning van mediacampagnes. Dat is met name het geval in de milieusector, waar de betrokken minister aanstuurt op een gezamenlijke aanpak van de communicatie over ministerie en instellingen heen. Hoewel ondersteuning van autonome openbare instellingen niet tot zijn kerntaken hoort, geeft de cel Externe Communicatie in de mate van het mogelijke toch graag gehoor aan deze vragen, in het belang van een geïntegreerde communicatie. Verscheidene openbare instellingen komen ook aan bod in de campagne Regionale beleidscommunicatie ("De Vlaamse overheid. Elke dag resultaat.", zie hoofdstuk 5.7, p. 34) van de Vlaamse regering.

De eind 2001 door de Vlaamse regering goedgekeurde Code van goede praktijk voor de communicatiecampagnes van de Vlaamse overheid is ook onverkort van toepassing op de Vlaamse openbare instellingen. Zij hebben zich reeds verscheidene keren tot de informatieambtenaar van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap gewend voor advies met betrekking tot de concrete toepassing van de Code.

12.3 Gemeente- en provinciebesturen

12.3.1 Vlaams Overleg van Communicatieambtenaren

Sinds februari 2001 is er een overlegforum van voorlichters van gemeenten, provincies en Vlaamse overheid. Dit Vlaams overleg van communicatieambtenaren (VOCA) is het officiële platform waar communicatieambtenaren van de verschillende bestuursniveaus in Vlaanderen afspraken maken over materies van gemeenschappelijk belang en

over de raakvlakken tussen hun beroepsactiviteiten. Het geeft ook adviezen in verband met regelgeving.

VOCA kwam tot nu toe zes keer samen. Het besprak onder meer de communicatie rond de euro, een evaluatie van de nieuwsbrief Dito, de plannen inzake e-government, de voorbereiding van een internetpagina met materiaal voor de lokale infobladen, het kerntakendebat en het in wording zijnde voorontwerp van nieuw decreet openbaarheid van bestuur. Zowel voor het onderwerp communicatie in het kerntakendebat als voor het luik actieve openbaarheid van bestuur van het nieuwe openbaarheidsdecreet formuleerde VOCA concrete voorstellen.

Het overlegforum bestaat uit 25 voorlichters: 15 lokale (3 uit elke provincie), 2 provinciale en 8 van de Vlaamse overheid (waaronder de Vlaamse openbare instellingen). Zowel kleine als grotere gemeenten zijn vertegenwoordigd. De samenstelling veranderde het voorbije anderhalf jaar enigszins: door een functiewisseling of door drukke werkzaamheden bij het eigen bestuur moesten enkelen afhaken. Hun plaats werd ingenomen door collega's.

12.3.2 Digitale nieuwsbrief Dito

De digitale nieuwsbrief Dito zorgt sinds eind '99 voor een wekelijks gebundelde en continue informatievoorziening vanuit de Vlaamse overheid naar de provinciale en gemeentelijke voorlichters. Dit kanaal heeft langzaamaan de nodige bekendheid opgebouwd. Heel wat voorlichters bij de Vlaamse overheid kennen de weg naar Dito als zij nieuws hebben dat relevant kan zijn voor lokale communicatieverantwoordelijken. Het gaat dan vooral om campagne-nieuws, ontwikkelingen in het communicatiebeleid van de Vlaamse overheid, beslissingen van de Vlaamse regering, vragen om medewerking aan gezamenlijke acties en dergelijke meer. Dito wordt doorgaans goed onthaald door de bestemmingen. De korte berichten zijn snel en makkelijk verteerbaar, zodat ieder vlot de artikels kan selecteren die

voor hem of haar relevant zijn. Ook het eerder informele karakter van Dito wordt gewaardeerd: de nieuwsbrief is geen officiële omzendbrief, maar geeft vrijblijvend informatie.

Aanhoudende technische problemen hebben het voorbije jaar wel voor ergernis gezorgd. Programmeerfouten leidden tot grote traagheid van de Dito-website, vooral van het berichtenarchief, de adressendatabank en het uitwisselingsforum op de site, en om duistere technische reden werd het webmailsysteem van Dito onbruikbaar. Daardoor kunnen informatieambtenaren die nog geen eigen e-mailadres hebben, de Dito-postbus niet meer gebruiken. Collega's van wie het e-mailadres veranderde, kunnen de Dito-nieuwsbrief niet langer automatisch naar hun nieuwe adres laten doorsturen, wat het goede beheer van de verzendlijsten behoorlijk moeilijker maakt. Na overleg met onder meer de externe informaticapartner van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap werd besloten tot ontwikkeling van een nieuwe, verbeterde versie van Dito. Die kan gelukkig wel grotendeels gebaseerd worden op SCHOOLdirect. Deze applicatie voor schooldirecties werd anderhalf jaar geleden ontwikkeld voor het departement Onderwijs...op basis van de ervaringen met Dito 1.

De nieuwe versie wordt zeer binnenkort in gebruik genomen en zal grosso modo dezelfde faciliteiten hebben als de eerste versie. Ook het uitwisselingsforum blijft voorlopig behouden, al valt te overwegen of deze taak straks niet beter overgenomen wordt door de jonge Vereniging voor Overheidscommunicatie Kortom, die immers ook een eigen webstek uitbouwt en eraan denkt een eigen e-mailgroep op te richten waarlangs de leden elkaar specifieke vragen kunnen stellen en ervaringen uitwisselen. Wellicht is Kortom een beter instrument voor netwerkvorming en ervaringsuitwisseling met collega-voorlichters dan Dito kan zijn. Dito kan zich dan volledig toespitsen op informatie van de Vlaamse overheid voor de lokale communicatieverantwoordelijken.

12.3.3 Informatie voor gemeentelijke informatiebladen

Al van bij de start van Dito was het de bedoeling om ook korte pasklare teksten met nieuws van de Vlaamse overheid door te sturen, die de lokale besturen zouden kunnen overnemen in hun eigen informatieblad. Heel wat lokale besturen zijn daar immers best toe bereid. Soms zijn ze zelfs vragende partij. Berichten over bijvoorbeeld de zorgverzekering, de verlaging van de registratierechten, de reglementering rond zonevreemde woningen, het aanvragen van studietoelagen, nieuwe milieuriichtlijnen en dergelijke meer zijn immers zeer interessant voor de inwoners van hun gemeente. Om verschillende redenen bleek deze formule echter geen succes. Een nieuwsbrief is 'vergankelijk', en op het moment dat de redactie het informatieblad samenstelt, is het pasklare bericht uit Dito vaak al vergeten. Ook konden, door technische beperkingen, geen beelden via Dito worden meegestuurd. Bovendien werden pasklare berichten te weinig systematisch meegestuurd, en vaak te laat om deadlines van lokale infobladen te halen.

Daarom werd in april 2002 een internetpagina gebouwd waarvan pasklare teksten, meestal samen met bijpassende beelden, kunnen worden afgehaald. Het materiaal wordt zo vroeg mogelijk aangeboden, meestal van zodra de campagnebeelden beschikbaar zijn. Als het echter belangrijk is dat een bepaald bericht zeker niet verschijnt voor een bepaalde datum (bijvoorbeeld omdat er nog een beslissing moet worden afgewacht), wordt het materiaal pas na die datum aangeboden. De redacties van de lokale informatiebladen beslissen zelf welke berichten ze overnemen. Ze kunnen de berichten ook aanpassen aan de stijl van hun blad. Ook voor websites of andere informatiekanalen van lokale besturen kunnen de teksten en beelden dienen. Aan een aantal berichten wordt liefst een lokale invulling gegeven, bijvoorbeeld berichten over de Dag van het Park of de Week van Vervoering,

sensibiliseringsacties waaraan de lokale besturen zelf ook deelnemen.

Op dezelfde internetpagina wordt ook een agenda bijgehouden van de campagnes die de verschillende diensten en instellingen van de Vlaamse overheid plannen. Dat is niet alleen interessant voor de lokale communicatieverantwoordelijken, maar evenzeer voor intern gebruik binnen de cel Externe Communicatie.

Het is nog te vroeg voor een evaluatie van dit systeem. Het komende jaar zal in de mate van het mogelijke nagegaan worden welke berichten overgenomen worden in de gemeentelijke informatiebladen, hoe vaak dat gebeurt en in welke vorm. Of besturen ook berichten overnemen voor andere kanalen, zoals de gemeentelijke website, is natuurlijk minder makkelijk na te gaan. Het zal ook nuttig zijn verder met de lokale communicatieverantwoordelijken te overleggen of er technische of inhoudelijke bijsturing nodig is.

12.4 Federale overheid

De meest opvallende vorm van samenwerking op communicatievlak tussen de Vlaamse en de federale overheid had betrekking op de informatiecampagne bij de invoering van de euro. Een primeur was daarbij dat de federale overheid in haar Nederlandstalige advertenties voor verdere informatie ook verwees naar de Vlaamse Infolijn, een instrument van de Vlaamse overheid. In het belang van de burger is het zonder meer een goede zaak dat de onderscheiden overheden hun informatiekanalen openstellen voor elkaar en op hun beurt ook bereid zijn gebruik te maken van de kanalen die bij de andere overheid verder ontwikkeld zijn.

In het kader van de Copernicushervorming verdwijnt de Federale Voorlichtingsdienst en wordt binnen de Federale Overheidsdienst Kanselarij en Algemene Diensten een Dienst Externe Communicatie opgericht. In het vroege voorjaar trad de nieuwe directeur-

generaal Externe Communicatie in dienst. De informatieambtenaar legde met hem reeds een eerste contact. Het ligt in zijn bedoeling de samenspraak vanaf het najaar verder uit te diepen.

12.4.1 Aanbevelingen

- De start van de Dienst Externe Communicatie bij de federale overheid is de gelegenheid bij uitstek om het gesprek op te starten over een nauwere samenwerking tussen federale en Vlaamse overheid op communicatievlak. De samenspraak tussen de verantwoordelijke ambtenaren van de twee overheden neemt best een vrij structurele vorm aan, om op die wijze het vlotst te kunnen inspelen op alle opportuniteiten die zich inzake afstemming en samenwerking aanbieden.
- Naast dit bilateraal overleg pleit de informatieambtenaar ook voor geregeld multilateraal communicatie-overleg op ambtelijk niveau - maar gedragen door de politiek verantwoordelijken - tussen de federale overheid en de verschillende gewesten en gemeenschappen. Er bestaat thans geen enkel forum om kennis te nemen van elkaars communicatie-initiatieven of ze op elkaar af te stemmen en daarbij evidente synergieën tot stand te brengen. Dit is nochtans dringend wenselijk. De informatieambtenaar is bereid voorbereidende stappen in dit verband te zetten.

12.5 Vereniging voor overheidscommunicatie Kortom

De vzw Kortom - Vereniging voor Overheidscommunicatie werd in het najaar van 2000 opgericht door een aantal communicatieambtenaren van verschillende overheidsniveaus. Intussen telt de vereniging 338 leden. Het merendeel van hen zijn communicatieambtenaren bij verschillende bestuursinstanties: ongeveer 150 van het lokale, 18 van het provinciale, 107 van het Vlaamse en 17 van het federale niveau. Ook een aantal mandatarissen bevoegd voor

communicatie, mensen uit het onderzoeksen onderwijsveld en studenten communicatie zijn lid, en verscheidene communicatiebedrijven zijn geassocieerd lid.

Kortom vertrok vanuit de vaststelling dat de overheidscommunicatie in Vlaanderen weliswaar in volle uitbouw is, maar nog ondergewaardeerd wordt en nood heeft aan sterkere profilering. Bovendien is er nood aan meer duidelijkheid over wat overheidscommunicatie is en aan welke normen en regels ze moet voldoen. En ten slotte, maar niet minder belangrijk, hebben de overheidscommunicatoren nood aan professionalisering, netwerkvorming en concrete ondersteuning. Daaruit volgden de doelstellingen van Kortom: deskundigheidsbevordering, dienstverlening en belangenbehartiging in ruime zin, netwerkvorming, de drempel voor onderlinge samenwerking verlagen, en het strategisch belang van overheidscommunicatie aankaarten bij beleidsverantwoordelijken, bij collega's uit de eigen organisatie, en op het publieke forum.

Het Vlaams Regeerakkoord vermeldt het beleidsvoornemen van de Vlaamse regering om een netwerk van Vlaamse en gemeentelijke voorlichtingsambtenaren uit te bouwen. Dat moet leiden tot een systematische wederzijdse informatiedoorstroming tussen gemeentelijke en Vlaamse voorlichters, een betere onderlinge afstemming van de overheidscommunicatie, en de ontwikkeling van de bestaande en potentiële synergieën tussen gemeentelijke en Vlaamse overheidscommunicatie. Naast de hierboven reeds aangehaalde digitale nieuwsbrief Dito en het VOCA-overleg draagt ook Kortom substantieel bij tot de realisatie van dit beleidsvoornemen. En natuurlijk hebben ook de voorlichters bij de Vlaamse overheid nood aan professionalisering en ondersteuning. Daarom besliste de minister-president om Kortom gespreid over drie jaar een startsubsidie toe te kennen van zes miljoen fr. In 2001 ontving Kortom reeds een eerste subsidie van twee miljoen frank. Daardoor werd het mogelijk een voltijds stafmedewerker aan te trekken, en ondermeer op deze wijze

het activiteiten- en ondersteuningsaanbod van Kortom aan zijn leden te garanderen.

Ook op een andere wijze is samenwerking tussen Kortom en de Vlaamse overheid mogelijk. Zo was het tweede Kortomcongres, op 17 januari 2002, helemaal toegespitst op de overheidscommunicatie naar moeilijk bereikbare doelgroepen. Tijdens dit congres werden uitgebreid de resultaten toegelicht van het onderzoek dat de onderzoeks- en consultinggroep Memori van de Katholieke Hogeschool Mechelen in opdracht van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap uitgevoerd heeft naar het bereik van Vlaamse mediacampagnes bij kansarmen.

12.6 Nederlandse Rijksvoorlichting

De samenspraak en informatie-uitwisseling tussen de centrale communicatieverantwoordelijken van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap en de Directie Toepassing Communicatietechnieken (DTC) van de Nederlandse Rijksvoorlichtingsdienst is het voorbije jaar voortgezet en bleek andermaal erg verrijkend.

DTC heeft een grote expertise opgebouwd inzake de systematische effectmeting bij mediacampagnes van de Nederlandse Rijksoverheid. De verantwoordelijken van DTC waren bereid deze expertise inzake 'tracking'-onderzoek te delen met hun Vlaamse collega's met het oog op de uitbouw van een systeem van effectmeting voor de Vlaamse overheids campagnes. Een medewerker van de informatieambtenaar liep een week 'stage' bij de DTC-dienst die het tracking-onderzoek organiseert. Hij deed er bijzonder waardevolle inzichten op, die hij meteen al kon valoriseren bij de uitbouw van het Vlaams effectonderzoek (zie ook hoofdstuk 5.5, p. 33).

Ook voor de wijze waarop de communicatie van de Vlaamse overheid georganiseerd wordt zal de voorgenomen grondige reorganisatie van het Vlaams overheidsapparaat ingrijpende gevolgen hebben. De operatie Beter Bestuurlijk Beleid waarmee de Vlaamse regering de overheidsadministratie wil herstructureren, noopt tot een fundamenteel in vraag stellen van de werking van zowel de centrale communicatiedienst als de entiteiten die decentraal de communicatie verzorgen en van hun onderlinge relatie en samenwerking.

Het voorbije jaar heeft de Vlaamse regering met betrekking tot deze reorganisatie reeds belangrijke opties gelicht. Toch dient, op het ogenblik dat de redactie van dit Jaarverslag afgesloten wordt, voor meer duidelijkheid over de gevolgen voor de organisatiestructuur en werking van de communicatiefunctie gewacht op een aantal beslissingen die nog genomen moeten worden. Dit hoofdstuk over de communicatie bij het vernieuwd Vlaams overheidsapparaat brengt daarom niet alleen verslag uit over de stappen die al gezet zijn, maar kijkt ook vooruit. Het vangt aan met een korte synthese van de reeds genomen principebeslissingen voor zover die relevant zijn voor de communicatie. Daarna wijst het kort enkele discussiepunten aan waar in de komende maanden duidelijkheid over geschapen zal moeten worden.

13.1 Gevolgen van de reeds genomen beslissingen voor de communicatie

13.1.1 Beleidsveld communicatie binnen de Diensten van de minister-president

De communicatie zal een der drie beleidsvelden vormen van de Diensten van de minister-president, een van de drie ministeries die met horizontale beleidsaangelegenheden belast worden. Op 1 juni 2001 keurde de Vlaamse regering principieel de organisatorische structuur van de Diensten van

de minister-president goed. Voor het beleidsveld communicatie komen er twee entiteiten. Enerzijds komt er een overkoepelende beleidsondersteunende entiteit Communicatie. Die wordt belast met een geïntegreerde aanpak van het communicatiebeleid - extern en intern - als entiteit binnen het departement. Anderzijds zal in twee subentiteiten 'Externe communicatie' en 'Interne communicatie en Informatie-management' een mix van specifieke beleidsondersteunende en uitvoeringsgerichte taken worden ondergebracht. Beide subentiteiten, zo besliste de Vlaamse regering, zullen in de loop van 2003 worden geïntegreerd tot één agentschap. In het vorige Jaarverslag (pp.67-70) zijn de beleids-ondersteunende en uitvoerende taken van de centrale entiteit Communicatie opgelijst. Eind juni 2002 was de Vlaamse regering nog niet overgegaan tot de definitieve consolidatie van deze invulling van de communicatiefunctie en van de keuze voor een agentschap. Evenmin was op dat moment duidelijk of het om een intern of extern verzelfstandigd agentschap zou gaan, of wat de concrete implicaties van de keuze voor een agentschap zijn.

13.1.2 Horizontale materies binnen de vertikale beleidsdomeinen

Ook op 1 juni 2001 keurde de Vlaamse regering het algemeen referentiekader goed voor de invulling der horizontale materies. Dat geeft aan welke rol weggelegd is voor respectievelijk het horizontale departement en het lijnmanagement der onderscheiden ministeries en agentschappen. Het gaat hier echter om een generieke benadering die voor alle horizontale departementen moet gelden. De concrete implicaties ervan voor de communicatie zijn dus nog verre van duidelijk. De nieuwe aanpak beklemtoont de maximale responsabilisering en de ruime vrijheidsgraad van het lijnmanagement. Elke entiteit zal op zijn eigen wijze vorm kunnen geven aan de horizontale materies, waaronder de communicatie, binnen het globale kader dat voor elk der horizontale materies uitgetekend wordt door de horizontale minister en

goedgekeurd wordt door de Vlaamse regering. De mate waarin het horizontale beleid op hoofdlijnen vastgelegd is, zal medebepalend zijn voor de vrijheidsgraden van de lijnmanagers en hun ministers.

13.1.3 Managementondersteunende diensten

Op 1 februari 2002 keurde de Vlaamse regering een kader goed voor de managementondersteunende diensten (MOD's) in de nieuwe organisatiestructuur. Deze MOD's zullen instaan voor de uitvoering van taken zoals personeelszaken, ICT, juridische zaken en ook communicatie. Ze kunnen op vier verschillende niveaus georganiseerd worden: er zijn niet-gegroepeerde ondersteunende diensten mogelijk, maar ook een MOD-dienstencentrum op niveau van de entiteit, een MOD-dienstencentrum op niveau van het beleidsdomein, en zelfs een gemeenschappelijk dienstencentrum op het niveau van een horizontaal beleidsdomein. De MOD's worden georganiseerd volgens het concept van een dienstencentrum. Dat is een geresponsabiliseerde entiteit die louter klantgedreven functioneert; een dienstencentrum wordt in geval van voldoende massa opgezet als een afzonderlijke entiteit, en de klant betaalt voor de geleverde diensten en heeft inspraak inzake het aanbod van diensten. Toegepast op de communicatie betekent dit dat de nieuwe beleidsdomeinen en entiteiten binnen die beleidsdomeinen zullen kunnen kiezen voor de oprichting van een afzonderlijke MOD Communicatie of voor de integratie van de communicatiefunctie binnen een gegroepeerde managementondersteunende dienst, hetzij op het niveau van de entiteit, hetzij op het niveau van het beleidsdomein. In het geval van een gegroepeerde MOD maakt de communicatie dus samen met andere materies zoals ICT, personeel en boekhouding deel uit van één dienstencentrum.

Elk beleidsdomein en beleidsveld zal dus zijn eigen communicatie kunnen voeren en zelf uitmaken hoe en binnen welk onderdeel van de organisatie de communicatiefunctie

ondergebracht wordt. Een leidend algemeen principe van de reorganisatie is dat de verplichte afname van gemeenschappelijke dienstverlening tot het minimum beperkt wordt. Dit heeft ook voor de organisatie van de communicatie belangrijke gevolgen. De Vlaamse regering heeft de expertise inzake communicatie onderverdeeld bij de managementondersteunende diensten op Vlaams niveau 'die gemeenschappelijk worden aangeboden met vrije afname'. Dit betekent dat de onderscheiden beleidsdomeinen en hun entiteiten op elk ogenblik vrij zullen kunnen kiezen al dan niet een beroep te doen op de aanbevolen centrale dienstverlening inzake communicatie. De Vlaamse regering heeft wel meteen al één belangrijke uitzondering op deze regel voorzien: omwille van evidente voordelen door schaalgrootte wordt het beheer en de toepassing van de centrale media-aankoop op basis van samenwerkingsprotocollen met de mediasector (op basis van een centraal mediacontract) aangeduid als dienstverlening die verplicht afgenomen moet worden. Straks moeten dus alle geledingen van de nieuwe Vlaamse overheid verplicht gebruik maken van de centrale media-aankoop.

13.2 Verplicht centraal advies ?

De hierboven beschreven indeling van de communicatie bij de MOD's met vrije afname heeft enkel betrekking op dienstverlening. Ze slaat niet op de sturing noch op de controle inzake standaarden en normen die uiteraard wel tot de kerntaken van de centrale entiteit Communicatie behoort. De Vlaamse regering heeft daarmee dus geen uitspraak gedaan over het al dan niet verplichte karakter van adviesverlening voor bepaalde materies. Voorzien is dat ook sommige van deze sturende of controlerende activiteiten verplichtend opgelegd kunnen worden, doch dat hiervoor een aparte beslissing van de Vlaamse regering nodig is. De informatieambtenaar pleit ervoor dat wat de communicatie betreft advies van de centrale communicatiedienst verplicht gesteld zou

worden voor drie activiteiten: de communicatieplanning, de mediacampagnes, en de sectorale of thematische infolijnen.

13.2.1 Communicatieplanning

Het voorontwerp van nieuw decreet Openbaarheid van bestuur (zie hoofdstuk 1.3.6, p.14) voorziet de opmaak van een communicatiejaarplan van de Vlaamse regering, dat ter goedkeuring moet worden voorgelegd aan het Vlaams Parlement. Ook de reeds door de Vlaamse regering goedgekeurde Code van goede praktijk voor de communicatiecampagnes van de Vlaamse overheid voorziet zo'n communicatiejaarplan, en voegt eraan toe dat dit mee op basis van de sectorale communicatiejaarplannen opgesteld wordt. De informatieambtenaar pleit ervoor dat voor de opmaak van deze sectorale communicatie(jaar)plannen advies van de centrale communicatie-entiteit verplicht opgelegd wordt. Om verwerking van deze sectorale plannen binnen één totaalplan mogelijk te maken, is immers eenheid van aanpak bij de voorbereiding en opmaak nodig. De wisselwerking tussen algemeen plan en sectorale plannen is groot: de opmaak van de sectorale plannen hangt voor een substantieel deel mee af van de algemene communicatieplanning (bijvoorbeeld overkoepelende campagnes) en van de planning van organisatiebrede communicatie-initiatieven en -ondersteuning; en omgekeerd dient de algemene communicatieplanning maximaal rekening te houden met de grote lijnen van de sectorale planning. Beide processen lopen overigens grotendeels parallel in de tijd. Campagnes en andere communicatie-acties die binnen de verschillende beleidsdomeinen gepland worden, houden ten slotte vrij vaak verband met elkaar, over de grenzen van beleidsdomeinen heen. Daarom is het nodig dat één instantie alle sectorale communicatieplannen volgt, dwarsverbanden kan signaleren en in een volgende fase coördinerend kan optreden.

13.2.2 Mediacampagnes

Ook voor de sectorale mediacampagnes is verplicht advies van de centrale communicatie-entiteit aangewezen, zowel op methodologisch en technisch als inhoudelijk vlak. Dat advies kan betrekking hebben op de verschillende fasen en aspecten van campagnes, van uitbestedingsprocedure en mediaplanning tot integratie binnen de totale communicatie van de Vlaamse overheid en vormgeving. Dit is de meest efficiënte - en wellicht ook enige effectieve - wijze om uitvoering te geven aan de Code van goede praktijk voor de communicatiecampagnes van de Vlaamse overheid (zie hoofdstuk 1.4, p. 15). Het toezicht op de naleving van deze Code is toevertrouwd aan de informatieambtenaar. Bij campagnes, die doorgaans eenmalig en veelal kortstondig zijn, heeft toezicht na de feiten weinig of geen zin, alleen betrokkenheid bij de voorbereiding kan tot resultaten en zonodig bijsturing leiden. De Vlaamse regering schuift trouwens - cf. artikel 3.2 van de Code - de door de cel Externe Communicatie georganiseerde pretesting naar voren als een belangrijk instrument voor de kwaliteitsverbetering van campagnes en legt ze verplicht op voor grotere campagnes.

Het opzetten en voeren van multimediale campagnes vergt een grote communicatietechnische expertise, die slechts in zeer beperkte mate of vaak zelfs helemaal niet aanwezig is in de verschillende geledingen van de Vlaamse administratie - zo'n expertise in al die geledingen willen voorzien zou overigens pure verkwisting zijn. Hetzelfde geldt voor de keuze en modaliteiten van de uitbestedingsprocedure: de kwaliteit van de gehanteerde procedure blijkt telkens verregaande directe gevolgen te hebben voor de kwaliteit van de campagne. Foute toepassing van de regelgeving kan zelfs serieuze juridische en financiële consequenties hebben. Verplichte toetsing van de gevolgde procedure aan de expertise van de centrale entiteit Communicatie, als onderdeel van een breder advies bij mediacampagnes, ligt daarom voor de hand. De ervaring wijst overigens uit dat een geïntegreerde campag-

ne-aanpak (zoals de link met het uitlokken van redactionele aandacht, ontwikkeling van een website, samenwerking met de Vlaamse Infolijn,...) essentieel is voor het welslagen van de campagne, en dat deze geïntegreerde aanpak vaak pas tot stand komt na advies van de cel Externe Communicatie. Afzonderlijke campagnes dienen op hun beurt ook maximaal aan te sluiten op de totale massamediale communicatie van de Vlaamse regering. Ook daarvoor is verplicht advies de beste garantie.

13.2.3 Sectorale en thematische infolijnen

Ten slotte is ook verplicht "centraal" advies aangewezen voor de uitbouw van sectorale of thematische infolijnen. Bij de beslissing tot voortzetting van het project Vlaamse Infolijn in het voorjaar 2002 heeft de Vlaamse regering dit principe trouwens uitdrukkelijk goedgekeurd. Zij bevestigt dat het opstarten van nieuwe infolijnen door de diensten van de Vlaamse overheid de uitzondering is en pas mogelijk is na advies van de Vlaamse Infolijn en schriftelijk akkoord van zowel de bevoegde minister als de minister-president, die immers bevoegd is voor de coördinatie van het communicatiebeleid. De Vlaamse Infolijn zal haar adviezen baseren op criteria die door de Vlaamse regering goedgekeurd zullen worden. En de bestaande thematische infolijnen zullen jaarlijks geëvalueerd worden op basis van door de Vlaamse Infolijn uit te werken en door de Vlaamse regering goed te keuren criteria.

Het moet duidelijk zijn dat het verplicht advies waarvoor hier gepleit wordt, slechts vrijblijvend advies is en in het geheel geen afbreuk doet aan de inhoudelijke bevoegdheid en eindverantwoordelijkheid van de betrokken beleidsdomeinen. Omwille van praktische redenen kan het aangewezen zijn de verplichting in een eerste fase te beperken tot de nieuwe ministeries. Doch in een volgende fase is er alle reden om ze ook van toepassing te maken op de externe verzelfstandigde agentschappen.

13.2.4 Aanbeveling

Om de hierboven aangehaalde redenen pleit de informatieambtenaar er bij de Vlaamse regering voor om in het kader van de hertekening van het Vlaams overheidsapparaat adviesverlening van de centrale communicatie-entiteit verplicht op te leggen aan alle beleidsdomeinen voor wat de communicatieplanning en de mediacampagnes betreft, nadat zij dat eerder al gedaan heeft voor de oprichting van nieuwe thematische en sectorale infolijnen.

13.3 Overleg en coördinatie tussen de beleidsdomeinen

Bij het uittekenen van het algemeen referentiekader voor de aanpak van de horizontale aangelegenheden - waaronder de communicatie - heeft de Vlaamse regering zelf de noodzaak beklemtoond van (permanente) beleidsafstemming voor de implementatie van het horizontale beleid, om zo de beleidscoherentie over alle beleidsdomeinen heen te waarborgen. Daartoe wordt per beleidsdomein de oprichting voorzien van een intern overlegorgaan, voorgezeten door de horizontale minister en samengesteld uit vertegenwoordigers van de dertien beleidsdomeinen, daartoe gemandateerd door hun respectieve beleidsraden. Binnen dit overlegorgaan informeert de minister de beleidsdomeinen over de voorgenomen strategische beleidsmaatregelen en wordt daarover onderling van gedachten gewisseld, wat al dan niet kan uitmonden in bijsturing. Doel van het intern overleg is het nastreven van een informele consensus over de krachtlijnen van het voorgenomen beleid.

Het voorontwerp van nieuw decreet Openbaarheid van bestuur van zijn kant legt de Vlaamse regering de verplichting op om nadere regels vast te stellen voor het overleg en de onderlinge samenwerking tussen de communicatieambtenaren (zie hieronder) en de coördinatie van hun activiteiten. Dat deze coördinatie niet alleen betrekking heeft op de persoon van deze communicatieamb-

tenaren maar ook op de administratieve entiteit waar zij toe behoren, ligt voor de hand. Behalve het intern overlegorgaan zullen ongetwijfeld nog andere instrumenten ingeschakeld moeten worden om deze coördinatie tot stand te brengen en te ondersteunen. Deze coördinatie kan eventueel in het gedrang komen mocht blijken dat de beleidsdomeinen hun communicatiefunctie op totaal verschillende wijzen uitbouwen. Die kans is reëel. Eén voorbeeld om dit duidelijk te maken: voor een vruchtbaar overleg tussen de communicatieambtenaren is het noodzakelijk dat hun niveau vergelijkbaar is en dat zij op hun beurt rechtstreeks toegang hebben tot de leidend ambtenaar van hun ministerie.

Er bestaan evenwel geen regels voor de wijze waarop of de mate waarin de beleidsdomeinen de communicatie zullen onderbrengen in een gezamenlijke of afzonderlijke managementondersteunende dienst binnen hun organisatiestructuur. Hiervoor wel regels opleggen gaat in tegen de basisfilosofie van maximale vrijheid voor alle beleidsdomeinen inzake hun interne organisatie. Blijkt dat die volle vrijheid een hypotheek kan leggen op de noodzakelijke - en straks wellicht decretaal voorziene - coördinatie, dan stelt zich een probleem.

13.3.1 Aanbeveling

De informatieambtenaar pleit voor voldoende aandacht voor de (evenzeer vanuit het oogpunt van de burger als om redenen van efficiëntie) noodzakelijke coördinatie van de communicatie over alle beleidsdomeinen heen. Wanneer elk beleidsdomein straks autonoom zal beslissen over zijn interne organisatie, dient dit een belangrijk aandachtspunt te zijn. Daartoe stelt hij voor dat op korte termijn - en alleszins vooraleer de beleidsdomeinen daadwerkelijk beslissen over hun interne organisatie - nagegaan wordt in welke mate er nood is aan (inderdaad zo beperkt mogelijk te houden) richtlijnen of aanbevelingen die enkel tot doel hebben de coördinatie van de communicatie niet in het gedrang te brengen. De informa-

tieambtenaar is bereid tot alle medewerking in dit verband.

13.4 Communicatieambtenaren

De in het voorontwerp van nieuw decreet Openbaarheid van bestuur (zie hoofdstuk 1.3.5, p.13) voorziene aanstelling van een communicatieambtenaar bij het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap en de Vlaamse openbare instellingen zal nog afgetoetst moeten worden aan de in het voorontwerp van kaderdecreet Bestuurlijk Beleid voorziene nieuwe structuur, waarbij het ene ministerie van de Vlaamse Gemeenschap plaats ruimt voor dertien ministeries en een aantal uitvoeringstaken toevertrouwd worden aan hetzij intern verzelfstandigde agent-schappen (binnen het ministerie), hetzij extern verzelfstandigde agentschappen (buiten het ministerie).

Betekent dit dat voor elk van de dertien ministeries een communicatieambtenaar aangesteld zal moeten worden? De informatieambtenaar pleit daar alleszins voor. Want elk van de nieuwe ministeries zal nood hebben aan minstens één ambtenaar die instaat voor het "stimuleren, coördineren en begeleiden van de communicatie". Nergens is overigens voorzien dat het om een extra aanwerving, laat staan een voltijdse betrekking dient te gaan. De aanstelling van een communicatieambtenaar in elk der dertien ministeries is een voorwaarde om onderling overleg tussen de ministeries inzake communicatie praktisch werkbaar te maken. Zoals hierboven aangestipt zal voor dat overleg een intern overlegorgaan met een gemandateerde van elk beleidsdomein opgericht worden. Het ligt voor de hand dat dit telkens de communicatieambtenaar wordt.

In de hier voorgestelde aanpak met een communicatieambtenaar per ministerie heeft de communicatieambtenaar van de diensten van de minister-president niet alleen een rol te spelen ten aanzien van zijn eigen ministerie, maar heeft hij ook een coördinerende functie ten aanzien van de dertien ministe-

ries. Aangezien de minister-president bevoegd is voor de coördinatie van het communicatiebeleid, staat "zijn" communicatieambtenaar in voor de realisatie van die coördinatie en van het communicatiebeleid van de hele Vlaamse regering, onder meer via het intern overlegorgaan communicatie. Hij coördineert ook de relaties en samenwerking inzake communicatie met de andere overheden.

Het lijkt logisch de verplichting in het voorontwerp van decreet voor elke Vlaamse openbare instelling om een communicatieambtenaar aan te wijzen door te trekken naar de voorziene extern verzelfstandigde agentschappen (EVA's). Dat ook de intern verzelfstandigde agentschappen (IVA's) moeten beschikken over een communicatieambtenaar, ligt minder voor de hand. In een aantal gevallen zal het aangewezen zijn dat zo'n IVA over een eigen communicatiecel beschikt, in andere veel minder. Bovendien maakt een IVA deel uit van een ministerie, en dient, gelet op de noodzaak van interne coördinatie, de eindverantwoordelijkheid voor de communicatie van een ministerie te berusten bij één communicatieambtenaar. Daarom is het beter geen afzonderlijke communicatieambtenaar te voorzien voor de IVA's. Dit belet niet dat binnen de IVA's toch mensen met communicatietaken belast kunnen worden.

Er zal niet alleen nood aan overleg en coördinatie inzake communicatie zijn over de beleidsdomeinen heen, coördinatie zal er op de eerste plaats ook moeten zijn binnen elk beleidsdomein, vooral in de beleidsdomeinen met EVA's. Daar is regelmatig en gestructureerd overleg nodig tussen de communicatieambtenaar van het ministerie en die van de EVA's, en is het aangewezen dat een van hen expliciet verantwoordelijk gemaakt wordt voor de coördinatie van de communicatie binnen het beleidsdomein. Veel pleit ervoor om deze opdracht toe te vertrouwen aan de communicatieambtenaar van het ministerie, die immers ook deel uitmaakt van het communicatie-overleg met de andere beleidsdomeinen. Zijn coördineren-

de rol binnen het beleidsdomein maakt het mogelijk om ook de EVA's volwaardig in te schakelen in een coherent communicatiebeleid van de hele Vlaamse overheid.

13.4.1 Aanbeveling

De Vlaamse regering koppelde haar principiële goedkeuring van het voorontwerp van nieuw decreet Openbaarheid van bestuur aan de voorwaarde dat de bepalingen over de aanstelling van de communicatieambtenaren nog afgetoetst dienen te worden aan het voorontwerp van kaderdecreet Bestuurlijk Beleid. Met dit hoofdstuk 13.4 reikt de informatieambtenaar een voorstel aan voor de aanduiding van de communicatieambtenaren in de nieuwe organisatiestructuur.

13.5 Communicatie-agentschap

De Vlaamse regering dient zich nog definitief uit te spreken over de invulling van de diensten van de minister-president, en dus ook over de organisatiestructuur voor de centrale entiteit communicatie. Eerder reeds (zie onder meer Jaarverslag 1999, pp.70-72) heeft de informatieambtenaar erop gewezen en gemotiveerd dat in communicatiezaken beleidsondersteuning en beleidsuitvoering zeer nauw samenhangen en elkaar voortdurend aanvullen. Belangrijke aspecten van beleidsuitvoering kunnen onmogelijk losgekoppeld worden van de beleidsondersteuning. Wil de centrale communicatiedienst van de Vlaamse regering en haar minister-president effectief zijn en efficiënt werken, dan moet hij tegelijk op beide vlakken actief kunnen zijn.

De Memorie van toelichting bij het voorontwerp van kaderdecreet Bestuurlijk Beleid geeft aan dat alleen beleidsuitvoerende taken in aanmerking komen voor verzelfstandiging, en aangelegenheden met grote politieke gevoeligheid kunnen niet verzelfstandigd worden. Het decreet zelf geeft ook de voorwaarden aan waaraan voldaan moet zijn om over te kunnen gaan tot verzelfstandiging

van taken in een agentschap. Zo moeten de taken die aan het agentschap toevertrouwd worden voldoende kritische massa hebben en moeten de producten en diensten meetbaar zijn. Voor wat de communicatie betreft kunnen vraagtekens gesteld worden bij de mate waarin thans aan beide voorwaarden voldaan kan worden. De informatieambtenaar pleit daarom voor een heroverweging van de vraag of binnen de Diensten van de minister-president de communicatie niet beter volledig binnen het departement gepositioneerd wordt, met een mix van beleidsondersteunende en uitvoerende taken.

13.5.1 Aanbeveling

Aan de Vlaamse regering wordt een heroverweging gesuggereerd van de vraag of binnen de Diensten van de minister-president de communicatie niet beter volledig binnen het departement gepositioneerd wordt, met een specifieke mix van beleidsondersteunende en uitvoerende taken.

**Aanbevelingen van de
informatieambtenaar
naar aanleiding van zijn
Jaarverslag 2001**

Hieronder een bundeling van de aanbevelingen die de informatieambtenaar formuleert in de onderscheiden hoofdstukken van dit Jaarverslag 2001.

met betrekking tot de uitvoering van de decreten betreffende de controle op de communicatie van de Vlaamse overheid :

- De informatieambtenaar herhaalt het pleidooi van zijn vorige jaarverslag, dat de Vlaamse regering en haar administratie straks actief en op gecoördineerde wijze meewerken aan de uitbouw van het normenkader door de Expertencommissie en de parlementaire Controlecommissie. Zij zullen dit kunnen door vanuit de voorlichtingspraktijk proactief concrete vragen te formuleren en pijnpunten te detecteren ten behoeve van beide commissies, voorbeelden van goede praktijk en zelfs voorstellen van aanpak aan te brengen. En door de uitspraken van beide commissies niet alleen naar de letter maar vooral ook naar de geest uit te voeren en op hun beurt te verwerken tot praktijknormen voor goede communicatie bij de diensten van de Vlaamse regering.

met betrekking tot de uitvoering van het voorontwerp van nieuw decreet openbaarheid van bestuur :

- De Vlaamse regering heeft zelf aangegeven dat het voorontwerp van nieuw Openbaarheidsdecreet nog afgestemd dient te worden met de in de maak zijnde regelgeving inzake de reorganisatie van het Vlaamse overheidsapparaat, met name voor wat de aanstelling van de communicatieambtenaren betreft. Het zal inderdaad van belang zijn duidelijk vast te leggen hoe de communicatieambtenaren zich tot elkaar en tot hun organisatie verhouden, hoe hun activiteiten gecoördineerd worden en hoe zij met elkaar samenwerken. Daartoe zal de spoedige redactie en goedkeuring aangewezen zijn van het in artikel 31 § 3 voorziene uitvoeringsbesluit betreffende bevoegdheden, rechtspositie en werking van de communicatieambtena-

ren en het overleg en de samenwerking tussen deze communicatieambtenaren. De informatieambtenaar pleit in het belang van een geïntegreerde en voldoende professionele aanpak van de Vlaamse overheidscommunicatie voor het voorzien van doorgedreven vormen van samenwerking en coördinatie.

- De uitbouw, het beheer en de ontsluiting van een gezamenlijk bestand met wegwijs- en eerstelijnsinformatie over de verschillende overheden heen en de verplichting voor die overheden om er actief aan mee te werken is de meest opvallende nieuwigheid in het luik actieve openbaarheid. De informatieambtenaar pleit voor een maximaal betrekken van de lokale besturen bij dit gezamenlijk bestand, niet alleen bij het beheer ervan, maar ook bij alle voorbereidende stappen. Ook de informatie van de federale overheid zal een onontbeerlijk bestanddeel van het bestand vormen. De informatieambtenaar hoopt dat ook de federale overheid bereid zal zijn tot volledige en gecoördineerde medewerking aan het bestand, en pleit voor het tijdig en volwaardig betrekken van de federale overheid bij de voorbereiding van het project.

met betrekking tot de verspreiding van persmededelingen via e-mail en op de portaalsite www.vlaanderen.be :

- Het gebrek aan bedrijfszekerheid bij de verzending van persmededelingen naar de e-mailabonnees en de portaalsite legt een hypotheek op de persvoorlichting van de Vlaamse overheid. De informatieambtenaar dringt erop aan dat een volstrekte prioriteit gemaakt wordt van de bedrijfszekere werking van deze applicatie. Hetzelfde geldt voor de mogelijkheid tot abbonering op thematische selecties van de persmededelingen. Heel wat mensen, organisaties en verenigingen zijn geïnteresseerd om op geregelde basis via digitale weg informatie over het beleid en de dienstverlening van de Vlaamse overheid toegestuurd te krijgen, doch slechts voor één of hoogstens

enkele sectoren. De mogelijkheid tot thematisch abonneren is dan ook van groot strategisch belang voor de ontwikkeling van het digitaal informatieaanbod, en dient daarom prioritair gerealiseerd te worden.

met betrekking tot de veralgemening van pretesting en effectmeting bij de communicatiecampagnes van de Vlaamse overheid :

- De Code van goede praktijk voor de communicatiecampagnes van de Vlaamse overheid raadt zowel de pretesting als effectmeting ten stelligste aan bij de campagnes van een bepaalde omvang en maatschappelijk gewicht. Een verplichting is het echter niet. In een eerste fase is dit ook niet aangewezen. Naarmate de ervaring met pretesting en effectmeting zal toenemen en zal toelaten de methodiek verder te verfijnen, zal er geen enkele reden meer zijn om niet beide verplicht op te leggen voor alle grotere en gemiddelde campagnes van de Vlaamse overheid. Nagedacht zal ook moeten worden hoe een dergelijke verplichting in de praktijk toegepast kan worden na de voorziene opdeling van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap in een aantal autonome entiteiten. En bij de opmaak van het communicatiebudget zal rekening gehouden moeten worden met de veralgemening van pretest en effectmeting.

met betrekking tot de inventarisatie van de communicatiecampagnes van de Vlaamse overheid :

- Meermaals reeds heeft de informatieambtenaar gewezen op zowel de wenselijkheid van een volledige inventaris van alle communicatie-initiatieven die de Vlaamse ministers, hun diensten en alle instellingen die tot de Vlaamse overheid behoren, als de problemen om zo'n inventaris samengesteld te krijgen. Eén enkele parlementaire vraag heeft het vorig jaar zulk een overzicht opgeleverd. Het is niet onwaar-

schijnlijk dat ook in de toekomst nog gelijkaardige parlementaire vragen gesteld zullen worden en aanleiding zullen geven tot een inventarisatie. Opdat deze meer praktisch bruikbaar zou zijn als instrument voor analyse en rapportering over het communicatiebeleid van de hele Vlaamse overheid, zijn duidelijker instructies nodig voor de wijze waarop de gegevens verwerkt en gebundeld dienen te worden. Aangeraden wordt deze expliciet op te nemen bij toekomstige parlementaire vragen. De informatieambtenaar is steeds bereid suggesties in dit verband aan te reiken.

met betrekking tot de samenwerking van de Vlaamse Infolijn met de bestaande thematische infolijnen :

- Er kunnen vragen gesteld worden bij het volkomen autonoom naast elkaar blijven voortbestaan van verscheidene infolijnen en call centers bij de Vlaamse overheid. Deze versnippering is budgettair geen goede zaak. Zij is ook niet in het belang van de burger die op zoek is naar informatie en telefonische dienstverlening. Eerder al besliste de Vlaamse regering de Vlaamse Infolijn verder uit te bouwen tot centraal telefonisch aanspreekpunt binnen de Vlaamse overheidsadministratie voor de burger en de Vlaamse Infolijn verplichte adviesbevoegdheid te geven bij het opstarten van nieuwe sectorale en thematische infolijnen. De informatieambtenaar beveelt de Vlaamse regering aan de bestaande autonome infolijnen te stimuleren tot een actieve verkenning van synergieën met de Vlaamse Infolijn, en stappen te zetten die moeten leiden tot hetzij een verregaande samenwerking hetzij zelfs integratie van deze afzonderlijke infolijnen met de Vlaamse Infolijn.

met betrekking tot de verdere ontwikkeling van de portaalsite www.vlaanderen.be :

- Voor het beheer van de complexe portaalsite www.vlaanderen.be en zijn vele deelsites is een content management systeem een absolute must. Ook voor de gebruiker zijn de voordelen ervan legio, de toepassing van belangrijke functionaliteiten is afhankelijk van het content management. De informatieambtenaar dringt erop aan dat alle technische en andere discussies met betrekking tot de keuze van het systeem nu snel afgerond worden en er zonder verwijl werk gemaakt wordt van de snelle veralgemeende invoering van het content management systeem.
- Lang niet alle administratieve geledingen staan in voor de regelmatige kwaliteitscontrole van hun webaanbod. Dit is nochtans een directe verantwoordelijkheid van al wie informatie via het internet aanbiedt. Een webpagina ontwikkelen is nooit een eenmalige actie, in alle gevallen is er follow-up nodig. Het is van het grootste belang dat alle entiteiten die een deelsite van www.vlaanderen.be beheren, zelf een regelmatige kwaliteitscontrole van hun aanbod organiseren. Van de gelegenheid kan gebruik gemaakt worden om pagina's en deelsites aan te passen die nog niet afgestemd zijn op de nieuwe portal-huisstijl.

met betrekking tot de samenwerking inzake communicatie met de federale overheid en de andere gewesten en gemeenschappen :

- De start van de Dienst Externe Communicatie bij de federale overheid is de gelegenheid bij uitstek om het gesprek op te starten over een nauwere samenwerking tussen federale en Vlaamse overheid op communicatievlak. De samenspraak tussen de verantwoordelijke ambtenaren van de twee overheden neemt best een vrij structurele vorm aan, om op die wijze het vlotst te kunnen inspelen op alle opportu-

niteiten die zich inzake afstemming en samenwerking aanbieden.

- Naast dit bilateraal overleg pleit de informatieambtenaar ook voor geregeld multilateraal communicatie-overleg op ambtelijk niveau - maar gedragen door de politiek verantwoordelijken - tussen de federale overheid en de verschillende gewesten en gemeenschappen. Er bestaat thans geen enkel forum om kennis te nemen van elkaars communicatie-initiatieven of ze op elkaar af te stemmen en daarbij evidente synergieën tot stand te brengen. Dit is nochtans dringend wenselijk. De informatieambtenaar is bereid voorbereidende stappen in dit verband te zetten.

met betrekking tot verplicht advies van de centrale entiteit Communicatie bij de communicatie-activiteiten van de ministeries :

- Om een aantal in het Jaarverslag aangehaalde redenen pleit de informatieambtenaar er bij de Vlaamse regering voor om in het kader van de hertekening van het Vlaams overheidsapparaat adviesverlening van de centrale communicatie-entiteit verplicht op te leggen aan alle beleidsdomeinen voor wat de communicatieplanning en de mediacampagnes betreft, nadat zij dat eerder al gedaan heeft voor de oprichting van nieuwe thematische en sectorale infolijnen.

met betrekking tot het overleg en de coördinatie tussen de dertien beleidsdomeinen :

- De informatieambtenaar pleit voor voldoende aandacht voor de (evenzeer vanuit het oogpunt van de burger als om redenen van efficiëntie) noodzakelijke coördinatie van de communicatie over alle beleidsdomeinen heen. Wanneer elk beleidsdomein straks autonoom zal beslissen over zijn interne organisatie, dient dit een belangrijk aandachtspunt te zijn. Daartoe stelt hij voor dat op korte termijn - en alleszins vooraleer de beleidsdomeinen daadwerke-

lijk beslissen over hun interne organisatie - nagegaan wordt in welke mate er nood is aan (inderdaad zo beperkt mogelijk te houden) richtlijnen of aanbevelingen die enkel tot doel hebben de coördinatie van de communicatie niet in het gedrang te brengen. De informatieambtenaar is bereid tot alle medewerking in dit verband.

met betrekking tot de aanduiding van communicatieambtenaren in de nieuwe Vlaamse overheidsstructuur :

- De Vlaamse regering koppelde haar principiële goedkeuring van het voorontwerp van nieuw decreet Openbaarheid van bestuur aan de voorwaarde dat de bepalingen over de aanstelling van de communicatieambtenaren nog afgetoetst dienen te worden aan het voorontwerp van kaderdecreet Bestuurlijk Beleid. Met hoofdstuk 13.4 van dit Jaarverslag reikt de informatieambtenaar een voorstel aan voor de aanduiding van de communicatieambtenaren in de nieuwe organisatiestructuur.

met betrekking tot de structurering van het beleidsveld communicatie binnen de Diensten van de minister-president :

- Aan de Vlaamse regering wordt een heroverweging gesuggereerd van de vraag of binnen de Diensten van de minister-president de communicatie niet beter volledig binnen het departement gepositioneerd wordt, met een specifieke mix van beleids-ondersteunende en uitvoerende taken.



**Ministerie van de
Vlaamse Gemeenschap**

Samenstelling

Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap
Informatieambtenaar
Francis Decoster

Verantwoordelijk uitgever

Francis Decoster
Informatieambtenaar
Boudewijnlaan 30
1000 BRUSSEL

Grafische vormgeving

Afdeling Communicatie en Ontvangst
Patricia Vandichel

Druk Print International - Brugge

Depotnummer

D/2002/3241/227

Uitgave

Juli 2002