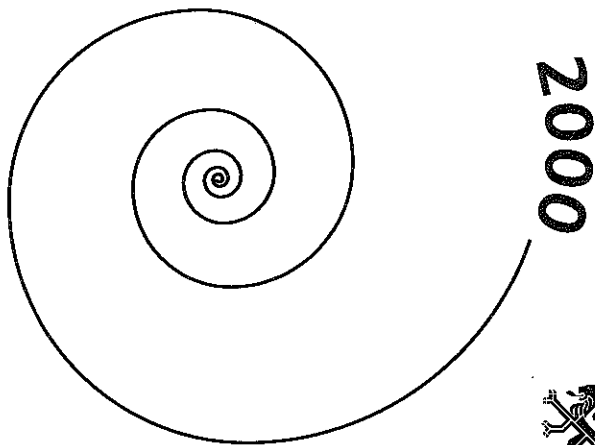


Jaarverslag 2000
van de
informatieambtenaar



2000



Ministerie van de
Vlaamse Gemeenschap

DOBIS-LIBIS	122578
DOCNR.	166947
EXNR.	OP

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
1.3 Gedragscode inzake communicatie voor Vlaamse ministers tijdens de sperperiode	14
1.4 Decreet Klachtrecht	14
1.5 Publicatie van Vlaamse regelgeving	14
2 Communicatiebeleid van de Vlaamse regering	16
3 Persvoorlichting van de Vlaamse regering	18
3.1 Persvoorlichting van de Vlaamse regering	18
3.2 Verspreiding van persmededelingen	18
4 Persvoorlichting van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap	20
4.1 Verspreiding van persmededelingen	20
4.2 Bekendmaking van wegwerkzaamheden	20
5 Voorlichting van de buitenlandse pers	21
5.1 Werkgroep Imago Vlaanderen Internationaal	21
5.2 Belgisch EU-voorzitterschap	22
5.3 Knipselkrant Focus on Flanders	22

6	Informatie- en sensibiliseringscampagnes	24
6.1	Centrale media-aankoop	24
6.2	Uitbesteding van campagnes	27
6.3	Samenwerking met de reclamesector	28
6.4	Testen en meten	29
6.5	Code van goede praktijk	30
6.6	Voornaamste campagnes	31
7	Geïntegreerde loketten en internet	33
7.1	Geïntegreerde loketten	33
7.2	Portaalsite www.vlaanderen.be	35
8	Vlaamse Infolijn en sectorale infolijnen	37
8.1	Vlaamse Infolijn	37
8.2	Samenwerking met sectorale en thematische infolijnen	39
8.3	Telefonische ontvangst	40
9	Institutionele communicatie	41
9.1	Huisstijl van de Vlaamse overheid	41
9.2	Vlaanderendag	42
10	Communicatie-initiatieven voor Brussel en de Vlaamse Rand	43
10.1	Brussel	43
10.2	Vlaamse Rand	45
11	Educatief project "De kracht van je stem"	46
12	Wetenschappelijk onderzoek	48
12.1	Doelgroepencommunicatie	48

13	Aspecten van coördinatie en ondersteuning	49
13.1	Kwaliteitszorg bij folders voor het grote publiek	49
13.2	Distributie van folders en brochures	49
13.3	Invoering van de euro	50
14	Communicatie in de zeven departementen van het ministerie	51
14.1	Departement Coördinatie	51
14.2	Departement Algemene Zaken en Financiën	51
14.3	Departement Wetenschap, Innovatie en Media	52
14.4	Departement Onderwijs	53
14.5	Departement Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur	54
14.6	Departement Economie, Werkgelegenheid, Binnenlandse Aangelegenheden en Landbouw	55
14.7	Departement Leefmilieu en Infrastructuur	56
	ORGANISATIE VAN DE COMMUNICATIE	60
15	Communicatiebudget	61
15.1	Centraal communicatiebudget	61
15.2	Sectorale communicatiebudgetten	62
16	Communicatieplanning	63
17	Personeelondersteuning voor de communicatie	64
17.1	Centraal	64
17.2	In de departementen	64

18	Contacten en samenwerking met andere instanties	65
18.1	Vlaams Parlement	65
18.2	Vlaamse openbare instellingen	65
18.3	Gemeente- en provinciebesturen	65
18.4	Federale overheid	67
18.5	Vereniging voor overheidscommunicatie Kortom	67
18.6	Nederlandse Rijksvoorlichting	68
19	Plaats van de communicatiefunctie in de vernieuwde Vlaamse administratie	69
19.1	Entiteit Communicatie binnen de Diensten van de minister-president	69
19.2	Communicatie bij de nieuwe ministeries	70

Woord vooraf

Het voorbije jaar is behoorlijk boeiend geworden voor wie van nabij de Vlaamse overheidscommunicatie volgt. Op nogal wat vlakken vielen belangwekkende ontwikkelingen te signaleren: decretaal initiatief om de overheidscommunicatie een deontologisch kader mee te geven, de eerste stappen in de richting van e-government, de ombouw van www.vlaanderen.be tot volwaardige portaalsite en de digitale ontsluiting van de Vlaamse Infolijn via die portaalsite, de uitbouw van een overlegforum voor de communicatie van de verschillende overheden, de uitbouw ook van een netwerk van communicatieambtenaren, en ga zo maar door. Daarnaast waren er minder spectaculaire maar misschien even belangrijke evoluties, zoals de verdere professionalisering van de campagnevoering en van de hele communicatie-ondersteuning.

Dat alles wil het Jaarverslag 2000 overzichtelijk op een rijtje zetten. Het overloopt wat het voorbije jaar bij de Vlaamse regering en het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap gedaan is op het vlak van de communicatie en belang heeft voor de totale ontwikkeling van de Vlaamse overheidscommunicatie. Het maakt niet de minste aanspraak op volledigheid, wel wil het ertoe bijdragen dat alle belangstellenden door de bomen het bos blijven zien. Het blikt daarbij niet alleen achterom, maar wijst ook enkele uitdagingen op communicatievlak aan die op de Vlaamse regering en haar diensten afkomen. Het Jaarverslag plaatst, waar nodig, kritische kanttekeningen, en overeenkomstig zijn decretale opdracht formuleert de informatieambtenaar concrete aanbevelingen.

De jaarverslagen van de informatieambtenaar willen zoveel mogelijk parallel lopen met de werkingsjaren van de Vlaamse regering. Dit Jaarverslag overloopt de communicatie van de Vlaamse regering en haar diensten tussen het late voorjaar van 2000 en het late voorjaar van 2001, dat is het tweede werkingsjaar van deze Vlaamse regering. Alleen de cijfergegevens hebben, behoudens waar anders vermeld, betrekking op het kalenderjaar 2000. De redactie van dit Jaarverslag is afgesloten op 15 juli 2000.

De informatieambtenaar neemt graag de gelegenheid te baat om hartelijk dank te zeggen aan de mensen van de cel Externe Communicatie, die samen met hem ploeg vormen binnen de afdeling Communicatie & Ontvangst: Jan Adriaensens, Willy Coomans, Jan De Naeyer, Brigitte Rombaut, Ulrik Van den Bergh, Patrick Vandenberghe en Marijke Vrijders. Ook projectleidster Mireille Van Pollaert en het intern projectteam van de Vlaamse Infolijn, en de collega's Carine Stevens en Erik Sablon die na jarenlange inzet afscheid namen van de cel. Hun aller taai enthousiasme en professionalisme maakten veel mogelijk. Dank ook aan de collega's van de afdeling Communicatie & Ontvangst en haar afdelingshoofd Lieve De Brabandere, en aan directeur-generaal Armand De Troyer van de administratie Kanselarij en Voorlichting.

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 Regelgeving inzake overheidscommunicatie

Het voorbije jaar werden substantiële stappen vooruit gezet op weg naar een eigen Vlaamse regelgeving inzake overheidscommunicatie. Het Lambermontakkoord doorbrak de impasse inzake de federale Controlecommissie op de Verkiezingsuitgaven, en in het Vlaams Parlement liggen twee elkaar aanvullende voorstellen van decreet voor om een controle op de communicatie en de regeringsmededelingen van de Vlaamse overheid in te stellen.

1.1 Controlecommissie voor de Verkiezingsuitgaven

1.1.1 In het voorjaar van 2000 slaagde de federale Controlecommissie voor de Verkiezingsuitgaven (cf. Jaarverslag 1999, pp. 9-10) er niet in vier Vlaamse ministers te veroordelen die, conform vroegere beslissingen van de Vlaamse regering, geweigerd hadden zich voor deze commissie te verantwoorden voor bepaalde van hun communicatie-initiatieven. Sindsdien werd het heel stil rond de Controlecommissie. De informatieambtenaar heeft geen weet van betwistingen in verband met Vlaamse ministers die het voorbije jaar hun beslag gekregen zouden hebben in de schoot van de commissie, ook niet naar aanleiding van de gemeenteraadsverkiezingen van oktober 2000.

Ondertussen verklaarde de Raad van State zich onbevoegd om te oordelen over het beroep dat de Vlaamse ministers Hugo Weckx en Theo Kelchtermans hadden ingesteld tegen de sanctie die de Controlecommissie hen opgelegd had omdat zij haar bepaalde communicatie-initiatieven niet vooraf voor advies hadden voorgelegd. De Raad van State kwam tot het besluit dat hij niet bevoegd is om beroepen tegen een beslissing van een parlementair orgaan te behandelen. Het Arbitragehof had vorig jaar al, in antwoord op een prejudiciële vraag van de Raad van State, geoordeeld dat het grondwettelijke gelijkheidsbeginsel niet geschonden is door het ontbreken van een beroepsmogelijkheid tegen een beslissing van de Controlecommissie.

1.1.2 Een belangrijke evolutie deed zich voor met de goedkeuring van het Lambermontakkoord over de verdere staats-hervorming. Het in het najaar van 2000 afgesloten akkoord voorzag onder meer dat de gemeenschappen en gewesten de bevoegdheid krijgen om bij decreet een eigen regeling inzake controle op de verkiezingsuitgaven vast te leggen. Bedoeling was hiermee "de bestaande incoherentie op te heffen waarbij de verkiezingsuitgaven van kandidaten voor de gemeenschaps- en gewestassemblees worden gecontroleerd door de federale controlecommissie, bestaande uit federale parlementsleden".

De ter uitvoering van het Lambermontakkoord eind juni 2001 door het federale Parlement goedgekeurde Bijzondere Wet houdende overdracht van diverse bevoegdheden aan de gewesten en de gemeenschappen bepaalt dan ook in artikel 12: "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. (...)". Dit betekent dat op 1 januari 2002 wettelijk elke bevoegdheid van de federale Controlecommissie over de communicatie van de Vlaamse ministers ophoudt te bestaan, en het Vlaams Parlement op dat ogenblik over een rechtsgrond beschikt om een eigen controle-regeling decretaal vast te leggen.

1.2 Decretale controleregeling voor de Vlaamse overheidscommunicatie

1.2.1 Het Jaarverslag 1999 (pp. 10-12) van de informatieambtenaar ging reeds uitgebreid in op de twee voorstellen van decreet houdende controle op de communicatie van de Vlaamse overheid die tijdens het zittingsjaar 1999-2000 bij het Vlaams Parlement ingediend waren door resp. Parlementsvoorzitter Norbert De Batselier en Vlaams Volksvertegenwoordiger Ludwig Caluwé c.s. Geen van beide voor-

stellen werd inhoudelijk besproken in de Commissie van het Vlaams Parlement, die wel besliste ze allebei voor advies voor te leggen aan de Raad van State.

De Raad van State bracht gunstig advies uit over beide voorstellen van decreet. Hij bevestigde dat het Vlaams Parlement bevoegd is om in de aangelegenheden die aan de gemeenschappen en gewesten zijn toegewezen regels vast te stellen in verband met de overheidscommunicatie terzake. Zich bewust van het feit dat de afdeling Administratie van de Raad van State nog uitspraak moest doen over de bevoegdheid van de federale wetgever terzake, beklemtoonde de afdeling Wetgeving van diezelfde Raad van State echter meteen dat dit advies niet gelezen mocht worden als zou het, rechtstreeks of onrechtstreeks, een beoordeling inhouden van de bevoegdheid van de federale wetgever in verband met de controle op de communicatie van de gemeenschappen en gewesten.

Hij gaf wel aan dat de bepalingen betreffende de controle op de regeringsmededelingen, zoals opgenomen in het voorstel van decreet De Batselier, niet het voorwerp kunnen uitmaken van een gewoon decreet. Dat voorstel wijst de controle op de regeringsmededelingen immers toe aan een commissie van het Vlaams Parlement, en grijpt dus in op een aspect van de verantwoordelijkheid van de Vlaamse regering (en elk lid ervan) ten aanzien van het Vlaams Parlement. Die verantwoordelijkheid is vastgelegd in de Bijzondere Wet van 8 augustus 1980 tot hervorming der instellingen. Tot aanvulling van deze verantwoordelijkheidsregels kan op basis van de constitutionele autonomie wel het initiatief genomen worden door het betrokken deelstaatsparlement, doch dan enkel bij decreet aangenomen met een bijzondere meerderheid. Daarom adviseerde de Raad van State de bepalingen in verband met de regeringsmededelingen uit het voorstel te lichten en onder te brengen in een afzonderlijk voorstel van bijzonder decreet, waarvoor een tweederdenmeerderheid nodig is.

1.2.2 Wellicht met het oog op het veilig stellen van die bijzondere meerderheid zochten de indieners van beide oorspronkelijke voorstellen van decreet toenadering tot elkaar, en dienden zij op 20 december 2000 gezamenlijk twee nieuwe voorstellen van decreet in bij het Vlaams Parlement. De twee voorstellen zijn ingediend door Voorzitter Norbert De Batselier en de Vlaamse Volksvertegenwoordigers Ludwig Caluwé, Dirk Holemans, Francis Vermeiren en Sven Gatz, en gaan dus uit van zowel alle partijen van de paarsgroene meerderheid als de oppositiepartij CVP. De nieuwe voorstellen van decreet bouwen hoofdzakelijk voort op de eerdere voorstellen van decreet en bijzonder decreet De Batselier, aangevuld met onderdelen van het voorstel van decreet Caluwé.

Het advies van de Raad van State om het geheel op te delen in een gewoon decreet en een bijzonder decreet is gevolgd. Essentieel voor de opsplitsing tussen beide decreten is de gehanteerde definitie van het begrip "regeringsmededelingen". Deze worden omschreven als "elke voor het publiek bestemde mededeling, boodschap, voorlichtings- of sensibiliseringscampagne of elk ander communicatie-initiatief, ongeacht de gebruikte kanalen of media, van de Vlaamse regering of van een of meer van haar leden die verwijzingen naar de Vlaamse regering bevat of de naam of de afbeelding van een of meer van haar leden". Het gaat dus om meer dan de traditionele regeringsmededelingen op radio of tv. Van zodra een boodschap of campagne de naam of afbeelding van een minister (of de voorzitter van het Vlaams Parlement) bevat, met andere woorden gepersonaliseerd wordt, of expliciet verwijst naar de Vlaamse regering, wordt zij hier beschouwd als een regeringsmededeling en valt zij dus onder de bepalingen van het voorstel van bijzonder decreet. Communicatie-initiatieven zonder deze personalisering of expliciete verwijzing naar de Vlaamse regering vallen onder het voorstel van gewoon decreet. Een campagne die gesigneerd wordt door Vlaams minister N. wordt in deze logica beschouwd als een regeringsmededeling en valt dus onder het bijzonder decreet, een campagne die het houdt bij de signatuur "Informatie van de Vlaamse overheid" is onderworpen aan de bepalingen van het gewoon decreet.

Voor deze twee duidelijk van elkaar onderscheiden vormen van communicatie worden twee verschillende controlecircuits in het leven geroepen. De hoofdbedoeling van beide decreten loopt wel parallel : voor alle Vlaamse overheidscommunicatie een set van normen uitbouwen, en een instrument in het leven roepen voor de toetsing van alle concrete communicatie-initiatieven aan deze normen en de eventuele sanctiëring bij overtreding. Bij het gewoon decreet gaat het om algemene deontologische normen, bij het bijzonder decreet heeft de normering betrekking op één specifiek aspect, nl. het misbruik van communicatie (en dus van overheidsmiddelen) om het eigen imago of dat van de politieke partij waartoe men behoort, te bevorderen.

1.2.3 Het voorstel van gewoon decreet houdende de controle op de communicatie van de Vlaamse overheid 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 (de ministers, het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, de Vlaamse openbare en wetenschappelijke instellingen, en het Vlaams Parlement), inclusief de nieuwe media. De toetsing van de communicatie aan deze normen wordt toevertrouwd aan een onafhankelijke Expertencommissie voor Overheidscommunicatie, die rapporteert aan het Vlaams Parlement. Deze Expertencommissie wordt samengesteld volgens het principe van de evenredige vertegenwoordiging van de fracties, en bestaat uit ex-beroepsjournalisten, mensen die beroepsmatig actief geweest zijn op het gebied van de overheidscommunicatie, en docenten (met minstens vijf jaar ervaring) of ex-docenten Rechten, Bestuurswetenschappen of Communicatiewetenschappen. Er gelden bepaalde onverenigbaarheden die de onafhankelijkheid van de leden van de Expertencommissie moeten garanderen doordat ze van geen enkele overheid instructies kunnen krijgen.

De Expertencommissie heeft drie taken. Zij moet een aantal normen opstellen die van toepassing zijn op de communicatie-initiatieven van de Vlaamse overheid. Ze moet daarbij

rekening houden met de beginselen van behoorlijk bestuur en met enkele uitgangspunten die in de memorie van toelichting opgesomd en omschreven worden : objectiviteit, non-discriminatie, herkenbaarheid, tijdigheid, correctheid, toegankelijk en juistheid, volledigheid en eenduidigheid, begrijpelijkheid, voldoende regelmatige herhaling in de tijd, en adequate afstemming op de beoogde doelgroepen en doelstellingen. Het voorstel van normen moet aan het Vlaams Parlement ter goedkeuring voorgelegd worden.

De commissie moet verder waken over de naleving van deze normen, hetzij op verzoek van de betrokken overheid, hetzij na een klacht, hetzij ambtshalve. Ingeval de betrokken overheid preventief om advies vraagt over een gepland voorlichtings- of communicatie-initiatief, wordt het advies van de commissie niet openbaar gemaakt omdat dit belemmerend zou kunnen werken. Eenieder (natuurlijke personen, rechtspersonen en feitelijke verenigingen) kan klacht indienen tegen overtreding van de normen door een concreet communicatie-initiatief, zonder daarbij benadeling of een belang te moeten aantonen. De klacht moet ingediend worden binnen zes maanden na het ogenblik waarop men van de overheidscommunicatie kennis had of had kunnen nemen. De beoordeling en bekendmaking van die beoordeling dient binnen zestig dagen te gebeuren. Ambtshalve toetsing dient te gebeuren binnen 90 dagen na het ogenblik waarop men van de overheidscommunicatie kennis had of had kunnen nemen. In alle gevallen dienen de rechten van de verdediging gerespecteerd.

Ten slotte dient de Expertencommissie ook een huishoudelijk reglement op te stellen, dat door het Vlaams Parlement goedgekeurd dient te worden.

Bij ambtshalve beoordeling en beoordeling op basis van een klacht gaat de Expertencommissie over tot toekenning van een negatieve of positieve beoordeling. Deze beoordeling moet gemotiveerd en bekendgemaakt worden. De sanctie tegen negatief beoordeelde communicatie-initiatieven bestaat dus in de bekendmaking van deze beoordeling.

1.2.4 Het voorstel van bijzonder decreet houdende de controle op de regeringsmededelingen houdt nog geen rekening met de in het Lambermontakkoord opgenomen defederalisering van de regelgeving inzake de controle op de verkiezingsuitgaven voor wat de deelstaatarlementen betreft. Het gaat ervan uit dat de bevoegdheid van de federale Controlecommissie voor de Verkiezingsuitgaven, die krachtens de wet van 19/5/1994 betreffende de beperking en de controle van de verkiezingsuitgaven bevoegd gemaakt is voor de controle van de regeringsmededelingen, logischerwijze minstens beperkt moet worden tot de controle op informatiecampagnes die gehouden worden tijdens de sperperiode van drie maanden vòòr de verkiezingen. Zolang de controle op de verkiezingsuitgaven een federale bevoegdheid blijft, is een overlapping van een Vlaamse controle op de regeringsmededelingen en een federale controle van de verkiezingsuitgaven onvermijdelijk. Stelt een Vlaamse Controlecommissie vast dat een minister misbruik heeft gemaakt van overheidsgeld om een imagobevorderende campagne te voeren, kan hij in eerste instantie door die Vlaamse Commissie veroordeeld worden. In tweede instantie kunnen de kosten die hij gemaakt heeft door de federale controlecommissie aangerekend worden op het maximumbedrag dat de betrokkene voor de volgende verkiezingsslag mag uitgeven. Zodra het Vlaams Parlement bevoegd wordt om zelf de verkiezingsuitgaven te controleren, en via een bijzonder decreet een dergelijke regeling ook uitgewerkt wordt, zal de federale controlecommissie ook niet langer bevoegd zijn om gedurende de sperperiode de Vlaamse regeringsmededelingen te controleren.

Op grond van de constitutionele autonomie kan het Vlaams Parlement bij bijzonder decreet het beginsel van de parlementaire controle op de regering een verdere invulling geven. Het Vlaams Parlement is bijgevolg, zo stelt het voorstel van bijzonder decreet, nu reeds bevoegd om met een bijzondere meerderheid de controle van de Vlaamse regeringsmededelingen te regelen. Dit bijzonder decreet vertrouwt die taak toe aan een in het Vlaams Parlement op te richten Controlecommissie voor Regeringsmededelingen. In tegenstelling tot de in het voorstel van gewoon decreet voorziene onafhankelijke Expertencommissie voor

Overheidscommunicatie, bestaat de Controlecommissie voor Regeringsmededelingen uit Vlaamse Volksvertegenwoordigers. Zij heeft tot taak te controleren of een regeringsmededeling niet geheel of ten dele tot doel heeft het imago van de regering, of van één of meer van haar leden of van een politieke partij of van één van haar geledingen te beïnvloeden. Zij doet dit hetzij preventief op verzoek van de Vlaamse regering of een Vlaams minister, hetzij na een klacht, hetzij ambtshalve.

De Vlaamse regering of een Vlaams minister kunnen de Controlecommissie preventief om advies verzoeken. Ze doen dit aan de hand van een synthesesnota die de aanleiding en inhoud van de regeringsmededeling weergeeft, evenals de wijze waarop de Vlaamse regering of de minister erin vermeld wordt. Het advies dient verstrekt binnen 60 dagen, is niet-bindend en wordt niet openbaar gemaakt. Het verschil met de werking van de federale Controlecommissie is duidelijk : bij de federale wetgeving is het voorafgaand voorleggen voor advies een verplichting, bij de Vlaamse Controlecommissie geldt die verplichting niet, maar bestaat de mogelijkheid wel.

Elke Vlaamse Volksvertegenwoordiger kan bij de Controlecommissie klacht indienen tegen een regeringsmededeling. De commissie kan een regeringsmededeling ook ambtshalve toetsen. Bij de behandeling dienen de rechten van de verdediging gerespecteerd. Elke beslissing van de Controlecommissie dient gemotiveerd, en steeds dient het dossier eerst voor gemotiveerd advies voorgelegd aan de Expertencommissie. Aangezien de Controlecommissie een louter politieke controle uitoefent, kan ze zelf uitsluitend politieke sancties uitspreken. De politieke sanctie bestaat uit een publieke (gemotiveerde) blaam, uitgesproken in de plenaire vergadering van het Vlaams Parlement.

De Controlecommissie staat hiërarchisch boven de Expertencommissie. Wanneer de Expertencommissie vaststelt dat een mededeling onder toepassing van het bijzonder decreet valt, doet de Controlecommissie de behandeling ten gronde, doch brengt de Expertencommissie wel eerst een gemotiveerd advies uit ten behoeve van de Controlecommissie.

1.2.5 In afwachting van de inhoudelijke bespreking door de Commissie voor Institutionele en Bestuurlijke Hervorming en Ambtenarenzaken van het Vlaams Parlement werden beide voorstellen van decreet voor advies voorgelegd aan de Raad van State. Op het ogenblik dat de redactie van dit Jaarverslag afgesloten wordt, heeft de Raad van State nog geen advies uitgebracht.

De Vlaamse regering bepaalde ondertussen haar standpunt met betrekking tot de twee voorstellen van decreet. Zij stelt vast dat beide voorstellen van decreet uitvoering geven aan een beleidsprioriteit van het Vlaams Regeerakkoord, nl. de uitwerking van "een deontologische code voor de Vlaamse overheidscommunicatie (p.30), met inbegrip van een controleregeling ter bestrijding van politiek misbruik van overheidscommunicatie" (paragraaf Communicatiebeleid in Hfst. 1 van Deel 1). In een van haar eerste vergaderingen, op 27 juli 1999, had de Vlaamse regering de informatieambtenaar opgedragen om een deontologische code uit te werken voor alle communicatie-initiatieven die van de Vlaamse regering, de Vlaamse ministers en hun diensten uitgaan. Later, begin 2000, besliste zij het ondertussen uitgewerkte raamwerk met een aantal aanbevelingen in eerste instantie aan te bieden aan de voorzitter van het Vlaams Parlement, en slechts een eigen ontwerpdecreet in te dienen indien het Vlaams Parlement geen eigen decretaal initiatief zou nemen.

De voorstellen van decreet die thans voorliggen, sluiten zowel inhoudelijk als wat de organisatorische opties betreft zeer sterk aan bij de aanbevelingen die de Vlaamse regering begin 2000 formuleerde. De Vlaamse regering stemt dan ook in met beide voorstellen van decreet. Zij vraagt wel dat er bij de definitieve redactie nog rekening gehouden wordt met enkele amendementen en suggesties, die ondertussen voorgelegd zijn aan de indieners van de voorstellen van decreet.

1.2.6 Het belang van de twee voorstellen van decreet voor de verdere ontwikkeling van de Vlaamse overheidscommunicatie kan moeilijk overschat worden. Met de goedkeuring van het voorstel van bijzonder decreet betreffende de regeringsmededelingen zal de Vlaamse decreetgever zichzelf voor de uitdaging plaatsen om dat te realiseren waar de federale Controlecommissie voor de Verkiezingsuitgaven tot op heden niet in geslaagd is, nl. de uitwerking van een consistente set regels voor politiek misbruik van overheidscommunicatie. En de goedkeuring van het voorstel van gewoon decreet houdende de controle op de communicatie van de Vlaamse overheid zal bijna automatisch betekenen dat de - thans bijna onbestaande - maatschappelijke discussie over deontologische en kwaliteitsnormen voor de overheidscommunicatie in Vlaanderen aangewakkerd en geïnstitutionaliseerd wordt en niet langer een louter politieke discussie blijft. Indien de Expertencommissie er gaandeweg toe komt een samenhangend normenkader te formuleren, lijkt het bijna onmogelijk dat dit normenkader in een volgende fase niet mee bepalend wordt voor de communicatie van de andere overheden in dit land.

De informatieambtenaar pleit ervoor dat de Vlaamse regering en haar vernieuwde administratie straks actief en op gecoördineerde wijze meewerken aan de uitbouw van dit normenkader door de Expertencommissie en de Parlementaire Controlecommissie. Zij zal 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 commissie 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 Gedragscode inzake communicatie voor Vlaamse ministers tijdens de sperperiode

Met het oog op de gemeenteraadsverkiezingen van 8 oktober 2000 keurde de Vlaamse regering voor de sperperiode van drie maanden die aan deze verkiezingen voorafgingen een gedragscode voor de externe communicatie van de Vlaamse ministers goed. Zij hield zich daarmee aan de bepalingen van de wet van 7 juli 1994 betreffende de beperking en de controle van de verkiezingsuitgaven voor de verkiezingen van de provincieraden en gemeenteraden. Aangezien bijna alle Vlaamse ministers als kandidaat deelnamen aan de gemeenteraadsverkiezingen, wou de Vlaamse regering zichzelf met de gedragscode duidelijke en gemakkelijk controleerbare regels opleggen, om te vermijden dat haar communicatie in verkiezingstijd ook maar het vermoeden zou opwekken electoraal gericht te zijn. Voor de inhoudelijke details van de gedragscode kan verwezen worden naar pp. 12-13 van het Jaarverslag 1999.

Het is niet doenbaar om in een gedragscode alle verschillende gevallen en situaties te voorzien die zich kunnen voordoen. Daarom kon in geval van twijfel het advies van de informatie-ambtenaar ingeroepen worden. Gedurende de sperperiode van 2000 werd de informatieambtenaar twintig keer om dergelijk advies gevraagd.

1.4 Decreet Klachtrecht

Op 15 mei 2001 nam het Vlaams Parlement een voorstel van decreet aan dat eenieder het recht toekent 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. Wanneer het begin 2002 van kracht wordt, zal het nieuwe Decreet aanleiding geven tot een vrij ingrijpende hertekening van het klachtenmanagement bij de Vlaamse overheid. Voortaan worden klachten in eerste instantie behandeld bij de dienst zelf waarop de klacht betrekking heeft. Alle administratieve geledingen van de Vlaamse overheid - uitzonderingen op deze regel kunnen slechts door de Vlaamse regering toegestaan worden - moeten daartoe een klachtenvoorziening opzet-

ten, en decretaal is voorzien dat de klacht enkel behandeld kan worden door een persoon die niet betrokken was bij de feiten waarop de klacht betrekking heeft. Pas wanneer deze zogenaamde eerstelijnsklachtenbehandeling afgerond is en de klager vindt dat daar niet of onvoldoende tegemoetgekomen is aan zijn vraag, kan hij verder beroep indienen bij de Vlaamse Ombudsdienst. Klachten kunnen dus pas in tweede instantie door de Ombudsdienst behandeld worden.

In de tweede helft van 2001 dient de Vlaamse regering nog instructies uit te werken voor de wijze waarop een en ander vorm moet krijgen bij de administratie. Wel besliste zij reeds dat de diensten in al hun informatieve en besluitvormingsdocumenten systematisch melding moeten maken van het recht om bij de betrokken dienst klacht in te dienen en de mogelijkheid bij nietgenoegdoening beroep aan te tekenen bij de Vlaamse ombudsdienst.

Ook de Vlaamse Infolijn zal in alle correspondentie systematisch gepromoot worden voor vragen naar informatie van algemene aard. Doch vooral kan de Vlaamse Infolijn de mensen wegwijs maken die niet weten hoe en bij welke dienst zij met hun klacht terecht kunnen. Want in geen geval mag de decentralisatie van de eerstelijnsklachtenbehandeling leiden tot grotere onduidelijkheid bij de burger. Het lijkt daarom aangewezen de Vlaamse Infolijn een centrale rol toe te kennen in de externe communicatie naar aanleiding van de nieuwe klachtenprocedure.

1.5 Publicatie van Vlaamse regelgeving

De Vlaamse Codex is de officiële coördinatie van de Vlaamse regelgeving. Hij bevat 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. Hij wordt uitgegeven in gedrukte vorm en nu ook op cd-rom, en kan geraadpleegd worden via het internet. Het is de bedoeling ook de oudere Vlaamse regelgeving op te nemen en daarbij terug te gaan tot 1971, toen de eerste autonome Vlaamse regelgeving ontstond. Dit moet tegen het begin van 2002 het geval zijn.

Hiervoor zijn tijdelijk bijkomende gespecialiseerde juridische medewerkers aangesteld.

De gedrukte versie bestaat nu 20 banden. Hij wordt verspreid via een abonnementssysteem. De cd-romversie is ondertussen beschikbaar, eveneens per abonnement, met vier updates per jaar.

De internetversie van de Vlaamse Codex wordt maandelijks geactualiseerd en is een heel stuk gebruiksvriendelijker gemaakt. De zoekmogelijkheden zijn fel uitgebreid, met zoeken op trefwoord en full text search. Hij kan vrij geraadpleegd worden op het nieuwe internetadres www.codex.vlaanderen.be

2 Communicatiebeleid van de Vlaamse regering

2.1 Bij de aanvang van de legislatuur is ervoor geopteerd om geen afzonderlijke beleidsnota over het communicatiebeleid in te dienen bij het Vlaams Parlement. Daardoor is er ook geen jaarlijkse beleidsbrief Communicatie om, naar aanleiding van de begrotingsdebatten in het Vlaams Parlement, verslag uit te brengen over de acties tijdens het voorbije jaar en de beleidsprioriteiten in die sector voor het komende jaar op een rijtje te zetten. Dat belet niet dat de Vlaamse regering de voorbije twaalf maanden belangrijke stappen gezet heeft om haar prioriteiten inzake communicatiebeleid in de Vlaams Regeerakkoord te realiseren. Voor de details hierover kan verwezen worden naar de desbetreffende hoofdstukken van dit Jaarverslag.

De uitbouw van de geïntegreerde loketten voor de gemeentelijke, provinciale en Vlaamse dienstverlening komt uitgebreid aan bod in hoofdstuk 7.1 (p. 33) van dit Jaarverslag. Dat hoofdstuk besteedt ook de nodige aandacht aan de ontwikkeling van de portaalsite www.vlaanderen.be. De Vlaamse regering positioneert de portaalsite en de Vlaamse Infolijn samen als het geïntegreerd informatieloket van de Vlaamse overheid, een belangrijke eerste stap op weg naar volwaardige transactieloketten. De verdere uitbouw van de Vlaamse Infolijn wordt besproken in hoofdstuk 8 (p. 37).

De in het vooruitzicht gestelde deontologische code voor de Vlaamse overheidscommunicatie zal worden gerealiseerd via een decretaal initiatief. Het vormt het onderwerp van hoofdstuk 1.2 (p. 9). Ook de in hoofdstuk 6.5 (p. 30) besproken voorbereiding van een code van goede praktijk voor de mediacampagnes van de Vlaamse overheid houdt direct verband met de in het Vlaams Regeerakkoord geformuleerde deontologische bekommernis van de Vlaamse regering.

Het aangekondigde netwerk van Vlaamse en gemeentelijke voorlichtingsambtenaren heeft reeds onder meer uitvoering gekregen via het in

het voorjaar van 2001 opgestart Overlegforum van informatieambtenaren van de verschillende Vlaamse bestuursniveaus - zie hoofdstuk 18.3 (p. 65).

Ten slotte kondigde de Vlaamse regering in het Regeerakkoord ook aan dat zij wil "actief 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." Zij realiseert dit hoofdzakelijk via een actieve persvoorlichting, die ook gebruik maakt van de nieuwe media, en een meer systematische inschakeling van multimediale campagnes om aspecten van beleid en dienstverlening bij een zo breed mogelijk publiek kenbaar te maken. De professionalisering van deze campagnes wordt besproken in hoofdstuk 6 (p. 24). De substantiële verhoging van de budgetten voor campagnes en de afspraken die binnen de Vlaamse regering gemaakt zijn met betrekking tot de budgettaire responsabilisering van de ministers voor hun communicatiebudgetten komen aan bod in hoofdstuk 12.1 (p. 48).

2.2 Het Vlaams Regeerakkoord maakte nog geen gewag van het project Kleurrijk Vlaanderen, dat immers pas later rijpte binnen de Vlaamse regering. Doch dit project is ondertussen aan het uitgroeien tot een voorname prioriteit binnen haar communicatie. Sensibilisering en communicatie vormen immers een belangrijk onderdeel van het project, dat de Vlamingen wil laten nadenken over en mobiliseren voor de toekomst van hun regio. Tijdens het voorbije jaar is een consistente communicatiestrategie voor Kleurrijk Vlaanderen uitgewerkt. De uitvoering ervan zal voor het grote publiek zichtbaar worden vanaf het najaar van 2001.

2.3 De herverdeling van de bevoegdheden binnen de Vlaamse regering na het aantreden van een tiende Vlaamse minister in juli 2001 heeft geen gevolgen voor de communicatiefunctie. De coördinatie van het communicatiebeleid blijft de bevoegdheid van de minister-president.

3 Persvoorlichting van de Vlaamse regering

3.1 Persvoorlichting van de Vlaamse regering

In 2000 werden na afloop van de vergaderingen van de Vlaamse regering 264 persmededelingen (1999: 273) verspreid en werden er 21 persconferenties (1999: 10) georganiseerd. De organisatie van een persconferentie na afloop van de wekelijkse vergadering van de Vlaamse regering op vrijdag is uitgegroeid tot een vrij vaste gewoonte. Er wordt slechts van afgeweken wanneer de goedgekeurde dossiers weinig relevant zijn voor een breder publiek of agendaproblemen de minister-president of de andere betrokken ministers beletten aanwezig te zijn.

De samenwerking tussen de informatieambtenaar en de woordvoerders van de Vlaamse ministers bij de voorbereiding van de persvoorlichting van de Vlaamse regering is ongewijzigd gebleven. De woordvoerders staan in voor de redactie van de persmededelingen, de informatieambtenaar zorgt voor de redactie van het "kort bestek" communiqué, waarin de beslissingen die geen aanleiding geven tot een afzonderlijke persmededeling, bondig overlopen worden. Hij verzorgt verder de eindredactie van alle persmededelingen van de Vlaamse regering en de verspreiding ervan. De ministeriële woordvoerders staan dan weer in voor de beantwoording van de verdere vragen van journalisten. Bij drie van de negen Vlaamse ministers was er een woordvoerderswissel in de loop van 2000.

Het persreglement van de Vlaamse regering is ongewijzigd in voege gebleven. Het bepaalt onder meer dat alle beslissingen van de Vlaamse regering bekendgemaakt worden aan de pers. Dat gebeurt alleen niet wanneer en zolang de bekendmaking de onderhandelingspositie of de financiële belangen van de Vlaamse overheid zou schaden, bij beslissingen in verband met rechtszaken tegen personen, en bij beslissingen die de privacy van personen in het gedrang kunnen brengen. Deze uitzonderingsgronden worden steeds restrictief geïnterpreteerd. Wel is

er het voorbije jaar vaker voor geopteerd bepaalde dossiers niet meteen na de beslissing bekend te maken, maar het voorwerp te laten uitmaken van een afzonderlijke persconferentie enkele dagen later en op die wijze uitgebreidere pers aandacht te verzekeren. Dit doet geen afbreuk aan het principe dat alle beslissingen openbaar gemaakt worden.

Nieuw is dat de agenda van de wekelijkse vergadering van de Vlaamse regering sinds maart 2001 systematisch bekendgemaakt wordt aan de redacties van de algemene informatiemedia die van nabij de werkzaamheden van de Vlaamse regering volgen. Zij ontvangen de agenda per e-mail wanneer de vergadering aanvangt. De Vlaamse regering besliste hiertoe op vraag van journalisten, om hen toe te laten hun verslaggeving over de beslissingen van de Vlaamse regering optimaal voor te bereiden. De bekendmaking blijft beperkt tot de agenda, er worden geen inhoudelijke elementen uit de dossiers bekendgemaakt. Eerder hadden zowel de huidige als een vorige Vlaamse regering (in resp. 1999 en 1992) de vraag van journalisten om de agenda te kunnen inkijken afgewezen.

3.2 Verspreiding van persmededelingen

De Vlaamse regering besliste eind 2000 om de samenwerking met het nieuwsagentschap Belga voor de verspreiding van de persmededelingen van de Vlaamse regering, de Vlaamse ministers en het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap voor drie jaar (2001-2003) voort te zetten. De modaliteiten blijven grotendeels ongewijzigd. In het kader van de Belga-overeenkomst kunnen de negen Vlaamse ministers en de informatieambtenaar persmededelingen simultaan via verschillende kanalen laten verspreiden. Ze verschijnen dan on line op de beeldschermen van alle Belga-abonnees, en worden per multifax doorgestuurd naar een aantal andere media-bestemmingen die niet op het Belga-netwerk aangesloten zijn. Ze worden via hetzelfde kanaal meteen op de website van de Vlaamse overheid gepubliceerd en worden gratis doorge-

stuurd naar alle e-mailabonnees van de persberichten van de Vlaamse regering en haar diensten.

De nieuwe overeenkomst voorziet dat de communiqués voortaan ook gepubliceerd worden op de website van 'news aktuell Belga', om ze op deze wijze nog grotere zichtbaarheid te geven. Ook kan nu een brede selectie van Vlaamse openbare, wetenschappelijke en andere instellingen een beroep doen op de website van 'news aktuell Belga' voor de verspreiding van persmededelingen via vooraf gespecificeerde fax- en e-maillijsten. Dat is een bijkomende dienstverlening voor de Vlaamse instellingen, die zo via de benutting van maximale schaalgrootte de kans krijgen om aan het goedkoopst mogelijke tarief zelf persmededelingen te verspreiden.

Iedereen kan zich gratis abonneren op toezending per e-mail van de persmededelingen. Ten opzichte van een jaar eerder was het aantal abonnees begin juni 2001 met zowat de helft gestegen tot 9600.

De vroeger al in het vooruitzicht gestelde mogelijkheid om zich gratis te abonneren op een thematische selectie van de persmededelingen kon nog niet gerealiseerd worden. Informatieproblemen waren er eveneens verantwoordelijk voor dat een aantal via Belga verstuurd persmededelingen niet op de gewone wijze via web en e-mail verspreid raakten. Dit euvel kan pas ten gronde verholpen worden wanneer in de zomer van 2001 de nieuwe portaalsite van de Vlaamse overheid in gebruik genomen wordt.

In 2000 werden naast de persmededelingen van de Vlaamse regering ook 488 persmededelingen (1999: 300) van afzonderlijke Vlaamse ministers verspreid via het Belga-distributiesysteem. Met gemiddeld 44 persmededelingen per maand in 2000 tegenover slechts 20 per maand in de laatste vier maanden van 1999 is het duidelijk dat de persvoorlichting van de Vlaamse ministers het voorbije jaar serieus naar kruissnelheid geklommen is.

4 Persvoorlichting van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap

4.1 Verspreiding van persmededelingen

Ook de departementen van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap kunnen voor de verspreiding van hun persmededelingen gebruik maken van de in het vorige hoofdstuk aangehaalde (nieuwe) overeenkomst met het nieuwsagentschap Belga. Zij doen dat via de informatieambtenaar, die immers net zoals de ministeriële woordvoerders berichten rechtstreeks op het Belganetwerk kan plaatsen. In 2000 werden op deze wijze - exclusief de persberichten ter aankondiging van wegenwerken, waarover verder meer - 55 persmededelingen verspreid, tegenover 56 in 1999, een status quo dus. Vergeleken met de 488 persmededelingen die door Vlaamse ministers de wereld ingestuurd werden, blijft de rechtstreekse persvoorlichting vanuit de administratie zeer bescheiden. Zij beperkt zich doorgaans tot mededelingen van eerder administratieve aard, aankondigingen van studiedagen en dergelijke meer, of berichten die betrekking hebben op de dienstverlenende functie van de overheid.

4.2 Bekendmaking van wegwerkzaamheden

De provinciale afdelingen van de administratie Wegen en Verkeer hebben 78 persmededelingen (1999: 93) ter aankondiging van wegenwerken verspreid via de informatieambtenaar.

Een belangrijke innovatie was de inschakeling van extern communicatie-advies in de aanloop naar wegenwerken met zeer ingrijpende gevolgen voor het verkeer. Nadat in de zomer van 2000 al een gespecialiseerd pr-bureau ingehuurd was voor professionele en proactieve communicatie over de te verwachten verkeershinder bij de heraanleg van een der rijrichtingen op het viaduct van Vilvoorde, gebeurde hetzelfde in het voorjaar van 2001 voor de vervanging van bruggen op het traject van de E313-E34 en werken op het viaduct in de A12 in Wilrijk. Omdat de verkeershinder door deze werken ook voor het

internationale (vracht)vervoer groot belofde te zijn, werd de voorlichting daarbij niet beperkt tot Vlaanderen en België, maar werden ook buitenlandse gespecialiseerde media ingeschakeld.

Het belang van deze evolutie kan niet voldoende in de verf gezet worden. Zij illustreert de toenemende bewustwording bij administratie en technici dat grote infrastructuuringrepen niet los gezien kunnen worden van hun maatschappelijke impact, ook wat de tijdelijke hinder betreft waartoe zij aanleiding kunnen geven. Gaandeweg blijken de technici uit eigen beweging bereid om ook de publiekscommunicatie mee te nemen in de totale planning van dergelijke werken, en daar ook middelen voor te voorzien.

De informatieambtenaar pleit ervoor dat dit op een gecoördineerde wijze aangepakt zou worden. De ervaring inzake extern communicatie-advies die sommige van de vijf provinciale afdelingen Wegen en Verkeer aan het opbouwen zijn, is ook voor de overige afdelingen hoogst relevant. Het is aangewezen deze broodnodige expertise te laten delen door alle afdelingen die binnen de administratie Wegen en Verkeer en andere administraties van het departement Leefmilieu en Infrastructuur infrastructuurwerken plannen en uitvoeren. Daarvoor is gemeenschappelijke expertise-opbouw en coördinatie van het grootste belang.

Overigens wordt ook op andere wijzen werk gemaakt van een meer systematische voorlichting omtrent wegwerkzaamheden. Ze komen aan bod in hoofdstuk 14.7.4 (p. 58) van dit Jaarverslag.

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

5.1 Werkgroep Imago Vlaanderen Internationaal

Zoals aangekondigd in het Vlaams Regeerakkoord ging de minister-president in het voorjaar van 2000 over tot de oprichting van de ambtelijke Werkgroep Imago Vlaanderen Internationaal. De werkgroep kreeg tot opdracht om, onder begeleiding van een gespecialiseerd bureau voor strategisch communicatieadvies, een communicatiestrategie uit te werken met het oog op de verbetering van de bekendheid en het imago van Vlaanderen in het buitenland.

5.1.1 Op uitnodiging van de werkgroep brainstormde een uitgebreid overleg - de zogenaamde Oostendewerkgroep - met alle instanties die bij de Vlaamse overheid betrokken zijn bij aspecten van het Vlaams buitenlands beleid (van Export Vlaanderen tot Radio Vlaanderen Internationaal) over opportuniteiten om Vlaanderen beter te profileren in het buitenland. Een der voornaamste conclusies van deze werkgroep was dat de massale aanwezigheid van meer dan 800 buitenlandse media-correspondenten in Brussel nog onvoldoende aangegrepen wordt voor de verbetering van het internationaal imago van Vlaanderen.

Om het belang van deze intermediaire doelgroep te beklemtonen richtte de Oostendewerkgroep in afwachting van een volledigere strategie een aparte aanbeveling met betrekking tot de buitenlandse media-aanwezigheid in Brussel en België tot de minister-president in het voorjaar van 2001. Investeren in de voorlichting van en relaties met deze correspondenten - en daarbij rekening houden met de grote verscheidenheid binnen deze groep - moet voor de Oostendewerkgroep een hoeksteen vormen van de bevordering van het Vlaams imago in het buitenland, ook na het Belgisch EU-voorzitterschap in de tweede helft van 2001.

De werkgroep pleit voor de installatie van een helpdesk (fysisch, telefonisch en per e-mail) waarmee de Vlaamse overheid continu en vlot ter beschikking is voor de beantwoording van de vragen van zowel nieuw aangekomen als reeds langer hier verblijvende correspondenten. Doch daarnaast dienen er ook structuren uitgebouwd om proactief deze journalisten op zeer geregelde basis te bevoorraden met informatie over Vlaanderen en de Vlaamse overheid en met standpunten van de Vlaamse overheid. In dit verband dient werk gemaakt van het onthaal van nieuw aangekomen buitenlandse correspondenten, de doelgerichte verspreiding van anderstalige actualiteitsgebonden perscommuniqués en/of een (digitale) nieuwsbrief, de organisatie van persconferenties en andere informatiemomenten voor buitenlandse correspondenten, de uitgave van informatiesheets met basisinformatie over een brede waaier onderwerpen die met Vlaanderen (en de positie van Vlaanderen in België) te maken hebben, de uitgave meerdere keren per week van een (o.m. digitale) knipselkrant met een selectie van vertaalde artikelen uit de Vlaamse dag- en weekbladpers, en het occasioneel uitnodigen van buitenlandse correspondenten naar kwalitatief hoogstaande evenementen. Het beheer en de continue actieve updating van het namen- en databestand van de correspondenten wordt daarbij een kritische succesfactor.

De werkgroep onderscheidt een aantal activiteiten, waaronder de informatievoorziening met betrekking tot Vlaanderen en de Vlaamse actualiteit, die vrij vlot uitbesteed kunnen worden aan één of meer externe partners, zowel inhoudelijk als wat de organisatie betreft. Bepaalde andere taken daarentegen, waaronder alle voorlichting over de Vlaamse overheid zelf, zullen binnen de Vlaamse overheidsadministratie uitvoering moeten krijgen. De Oostendewerkgroep houdt daarbij een onderbouwd pleidooi om voldoende mensen en middelen voor de kwaliteitsvolle en volgehouden realisatie van al deze taken vrij te maken. De concrete beantwoording van dit pleidooi wordt ongetwijfeld

een der voornaamste uitdagingen op communicatievlak voor de Vlaamse overheid.

5.1.2 Op voorstel van de Werkgroep Imago Vlaanderen Internationaal liet de minister-president een internationaal studiebureau onderzoek uitvoeren naar het imago van Vlaamse producten, diensten, instellingen, karaktertrekken en eigenschappen in het buitenland. Daartoe werd een staal van 807 opinieleiders ondervraagd in twaalf Europese landen (Duitsland, Frankrijk, Groot-Brittannië, Hongarije, Italië, Luxemburg, Nederland, Oostenrijk, Polen, Spanje, Zweden en Zwitserland), Australië, Israël, Turkije en Zuid-Afrika. Het onderzoek was kwalitatief van aard en wou vooral achtergrondinformatie verzamelen, op basis waarvan probleemvelden gedefinieerd en mogelijke oplossingen aangereikt kunnen worden. Mee op basis van deze resultaten zal de Werkgroep in de tweede helft van 2001 de in het vooruitzicht gestelde communicatiestrategie uitwerken.

De voornaamste conclusie uit het onderzoek is alvast dat Vlaanderen internationaal erg weinig bekendheid geniet. De kennis over Vlaanderen verschilt van land tot land en is sterk afhankelijk van het feit of de ondervraagde banden heeft met Vlaanderen of Vlaanderen al bezocht heeft. Waar Vlaanderen wel gekend is, geniet het een vrij positief imago, al wordt dit geconditioneerd door "België" en "Brussel". Maar nogal wat buitenlandse opinieleiders associëren Vlaanderen met extreemrechts, onverdraagzaamheid en zelfs racisme. Geografisch gesproken kennen de opinieleiders de cultuurhistorische steden als Brugge en Gent, de haven van Antwerpen, en Brussel, dankzij de Europese instellingen. De opinieleiders kennen de meerstaligheid van veel Vlamingen. Vlaanderen komt naar voren als een nette en ordelijke regio die zich bewust is van zijn identiteit. Doch dit laatste heeft ook een negatieve connotatie, in de zin dat Vlaanderen negatief zou staan tegenover Franstaligen en migranten. Cultuur vormt voor veel opinieleiders een aanknopingspunt, doch de moderne Vlaamse kunst is weinig gekend. De economie wordt positief geëvalueerd: het Vlaams economisch leven komt sterk, groeiend en stabiel uit de studie. De strategische ligging van Vlaanderen en zijn transport-

infrastructuur vormen daarbij grote troeven. Volgens de opinieleiders is Vlaanderen een welvarende regio... maar het weer is er wel kil en grijs.

5.2 Belgisch EU-voorzitterschap

De Vlaamse regering wil het Belgisch voorzitterschap van de Europese Unie in het tweede semester van 2001 aangrijpen om het belang van de constitutionele regio's in de Europese constructie te beklemtonen. Voor het eerst worden ook de deelstaten actief betrokken bij de organisatie van het voorzitterschap. Sommige formele en informele raden worden voorgezeten door Vlaamse ministers, en naar aanleiding van het Belgisch voorzitterschap organiseren de Vlaamse ministers een heel aantal conferenties. Deze vormen evenzoveel kansen om Vlaanderen en de Vlaamse standpunten internationaal te profileren. Daartoe is een professionele omgang met de internationale pers aangewezen. Omwille van het gespecialiseerde karakter hiervan schakelt de Vlaamse regering één gespecialiseerd communicatiebureau in voor de coördinatie en ondersteuning van alle voorlichting van de buitenlandse pers bij alle Europese ministerraden en -conferenties die uitgaan van de Vlaamse ministers. Verder wordt waar mogelijk ook samenwerking met het nieuw Internationaal Perscentrum in de Brusselse Résidence Palace voorzien. Ten slotte wordt het Belgisch voorzitterschap ook aangegrepen om de Vlaamse jongeren meer oog bij te brengen voor de Europese dimensie. Daartoe wordt in het najaar van 2001 een multimediale campagne voorzien.

5.3 Knipselkrant Focus on Flanders

De Vlaamse regering heeft voor een derde opeenvolgende jaargang de uitgave van de knipselkrant *Focus on Flanders* mogelijk gemaakt door de afname van 1450 abonnementen. Deze wekelijkse knipselkrant verschijnt in drie taalversies (Engels, Frans en Duits), wordt gepubliceerd door de uitgeverij Lannoo en brengt op 8 pagina's een vertaalde selectie van de voor een buitenlands publiek meest relevante artikelen uit de Vlaamse dag- en weekbladpers. De knipselkrant is bedoeld voor de mensen en instan-

ties die beroepshalve met Vlaanderen of België te maken hebben maar weinig of geen Nederlands kennen en dus ook geen toegang hebben tot de Vlaamse pers. De door de Vlaamse overheid betaalde abonnementen worden verspreid bij de buitenlandse mediacorrespondenten in Brussel en de buitenlandse diplomatieke en regiovertegenwoordigingen in België, verder ook bij de Vlaamse diplomatieke, economische en toeristische vertegenwoordigers in het buitenland en een aantal bibliotheken in het buitenland en Wallonië.

In het late voorjaar van 2000 werd bij twee prioritaire doelgroepen, nl. de buitenlandse mediacorrespondenten en het diplomatiek corps in Brussel, gepeild naar de mate waarin *Focus on Flanders* voldoet aan de behoeften. Bij de correspondenten ging het om een diepgaand gesprek met een beperkte groep journalisten, de bevraging van het diplomatiek corps gebeurde schriftelijk aan de hand van een vragenlijst. Uit beide consultatierondes bleek dat de knipselkrant bij de twee doelgroepen aan een reële behoefte beantwoordt en dat het beeld van Vlaanderen er positief door beïnvloed wordt. De inhoud en artikelenkeuze werd unaniem positief beoordeeld.

De voornaamste vragen naar bijsturing hadden betrekking op een snellere beschikbaarheid van de vertaalde artikelen en een grotere periodiciteit. Met slechts één aflevering per week is het immers bijzonder moeilijk om vlot op de actualiteit in te spelen. Om aan deze verzuchtingen tegemoet te komen werd met ingang van de derde jaargang ook een digitale versie van de knipselkrant verspreid via e-mail. Die komt twee dagen eerder terecht bij de abonnees dan de gedrukte versie. En de buitenlandse correspondenten en diplomaten ontvangen nu ook tussentijds een e-mailbulletin met het nieuws van de eerste dagen van de week. De reacties wijzen uit dat beide bijsturingen sterk gewaardeerd worden en de praktische bruikbaarheid van de knipselkrant sterk hebben doen stijgen. De aanpassingen laten zich ook op een ander vlak voelen. Want doordat de klemtoon nu meer op snellere informatie gelegd wordt, is er ook inhoudelijk een verschuiving van analyse en achtergrondinformatie naar meer echte verslaggeving.

6 Informatie- en sensibiliseringscampagnes

Wie de - weinig voor de hand liggende - moed zou hebben om de opeenvolgende jaarverslagen 1997, 1998 en 1999 van de informatieambtenaar naast elkaar te leggen, zou snel vaststellen dat op amper drie, vier jaar tijd de uitbouw van een totaalpakket inzake begeleiding en advies bij de voorbereiding en realisatie van multimediale campagnes uitgegroeid is tot een essentieel onderdeel van de werking van de informatieambtenaar en de hele cel Externe Communicatie. Campagnes in de breedste zin van het woord zijn immers op relatief korte termijn tot de belangrijkste - of toch minstens meest opvallende - instrumenten van de Vlaamse overheidscommunicatie gaan behoren. Elke campagne op zich vormt een complex proces, dat planning behoeft, deels of zelfs in haar geheel uitbesteed moet worden aan gespecialiseerde bedrijven, en aangewezen is op samenspel tussen de eigen media en de massamedia, en dit alles onder het genadeloze licht van de publieke opinie en de politieke wereld. Voor de ontwikkeling van de Vlaamse overheidscommunicatie is ondersteuning bij de professionalisering van de campagnevoering daarom de grootste strategische prioriteit.

Deze ondersteuning heeft de voorbije jaren gaandeweg nieuwe accenten gekregen en is sterk in omvang en diepte gegroeid, om zo in te spelen op de toenemende vraag en op nieuwe uitdagingen. Zij was in een eerste fase toegespitst op de organisatie van de centrale aankoop van advertentieruimte en de eindredactie en definitieve goedkeuring van advertenties. Omdat het aantal campagnes dat uitbesteed wordt aan reclamebureaus op korte tijd sterk toenam, werd vanaf 1998 werk gemaakt van advies en begeleiding bij deze uitbesteding. Tegelijk werd een grote inspanning geleverd om een betere verstandhouding met de reclamesector op te bouwen en op deze wijze meer bureaus geïnteresseerd te krijgen in samenwerken met de Vlaamse overheid. Ondertussen verschoven de accenten bij de campagnevoering: mede door de groei der budgetten voor afzonderlijke campagnes werd het vaker mogelijk om naast de

printmedia ook via audiovisuele media campagne te voeren, en bovendien moest in veel gevallen ook het internet worden ingeschakeld. De campagnes werden hierdoor complexer, en in heel wat gevallen bleek het daarom dringend noodzakelijk de organiserende afdeling ook bij de coördinatie en realisatie van haar campagne te begeleiden, of toch minstens bij cruciale aspecten daarvan. De laatste belangrijke evolutie was ten slotte de veralgemeende invoering van de communicatiejaarplanning nadat de Vlaamse regering in het voorjaar van 2000 voor een eerste keer beslist had elke minister budgettair te responsabiliseren voor zijn of haar communicatie-initiatieven. De informatieambtenaar en zijn medewerkers maakten meteen een prioriteit van het stimuleren en begeleiden van de kabinetten en hun administraties bij deze budgetplanning. Zij werden op deze wijze ook veel vroeger betrokken bij een aantal campagnes, wat hen de mogelijkheid gaf reeds in een veel vroegere fase mee te helpen nadenken over de aanpak en op deze wijze een vollediger begeleiding en adviesverlening aan te bieden.

6.1 Centrale media-aankoop

6.1.1 De centrale media-aankoop is een hoeksteen van de totale campagne-ondersteuning door de cel Externe Communicatie. Hij vormt ook een strategisch essentieel onderdeel van die ondersteuning. Want hoe dan ook vormt het financieel argument van de goedkoopst en vlotst mogelijke aankoop van mediaruimte voor vele diensten en instellingen de aanleiding om een beroep te doen op het bredere palet aan ondersteuning door de cel Externe Communicatie.

De Vlaamse regering en de hele Vlaamse overheid kopen dus hun advertentieruimte en zendtijd in de Vlaamse media aan via de informatieambtenaar van de Vlaamse Gemeenschap. De media of hun federaties hanteren daarbij exclusieve kortingen, en de Vlaamse overheidsdiensten hebben de garantie dat de aankoop van

mediaruimte via deze centrale media-aankoop steeds de goedkoopste manier van media-aankoop is.

De centrale media-aankoop bestrijkt nagenoeg het hele aanbod van geschreven pers in Vlaanderen: dagbladen, magazines, periodieke bladen en huis-aan-huis bladen. Het voorbije jaar zijn trouwens nog verscheidene titels, zoals *Bonanza*, *Menzo* en *Ché* toegevoegd aan de reeds zeer lange lijst van deelnemende bladen. De centrale media-aankoop geldt ook voor het totale aanbod van zowel de openbare omroep als de regionale tv-omroepen en de commerciële audiovisuele media, met JIM-tv en TMF als aanwinsten van het laatste jaar. Hoewel VT4 al langer deel uitmaakt van het aanbod, heeft het toch geduurd tot het voorbije jaar vooraleer de eerste reclamespots van de Vlaamse overheid op deze zender te zien waren. Via haar overkoepelende organisatie maakt ook de 20 m2-affichage deel uit van de centrale media-aankoop, en dat is ook het geval voor kleinere affichage zoals het Vespasiuscircuit, dat afficheert in toiletten van trendy uitgaansgelegenheden. Een andere kleinschalige uitbreiding was het bij jongeren bijzonder populaire medium van de Boomerangkaarten die verspreid worden via horecazaken. Ook de reclameregie van de Vlaamse Vervoermaatschappij De Lijn bleek uiteindelijk bereid om in een systeem van centrale media-aankoop te stappen, zodat nu ook door Vlaamse overheidsdiensten commercieel geadverteerd wordt op Vlaamse trams en bussen (waarvan sommige lijnen tot in Brussel rijden).

Voor het eerst heeft de Vlaamse overheid geadverteerd via sponsoring van programma's op radio en tv. Dat was het geval met de vervolgbekendmakingscampagne voor de Vlaamse Infolijn. Daarbij werd gekozen voor sponsoring gedurende enkele maanden in het najaar van 2000 van een aantal populaire programma's op radio en tv.

Het systeem van centrale media-aankoop voor de Vlaamse overheid is gegroeid uit twee opeenvolgende protocollen tussen de Vlaamse regering en de geschrevenperssector. Het tweede samenwerkingsprotocol werd gesloten voor de periode 1998-2000, doch met de mogelijkheid om tweemaal voor één jaar verlengd te worden.

Zowel de Vlaamse regering als de onderscheiden federaties van de geschreven pers opteerden ervoor om van deze mogelijkheid gebruik te maken, zodat de duurtijd van het lopende protocol verlengd wordt tot eind 2002.

6.1.2 In 2000 is via de centrale media-aankoop ten behoeve van de Vlaamse overheidsdiensten advertentieruimte in de Vlaamse media gekocht voor een totaal bedrag van 291 miljoen fr. - de cijfers hebben betrekking op verschijning in 2000, niet op bestelling in dat jaar. Tegenover 1999 (319,5 miljoen fr.) betekende dat een daling met 28,5 miljoen fr. of 8,9 %. Alle hier genoemde bedragen zijn inclusief BTW.

Deze daling hoeft niet te verwonderen, 1999 had immers een spectaculaire stijging van de totale mediabesteding met meer dan 90 % te zien gegeven, een stijging die veel te maken had met de grootschalige institutionele campagne die in de eerste helft van 1999 gevoerd werd om de Vlaamse overheid, haar bevoegdheden en beleidsdomeinen beter te profileren bij de Vlaamse bevolking. Het cijfer voor 2000 ligt evenwel meer dan driekwart (76,4 %) hoger dan de mediabesteding in 1998 (165 miljoen fr.), toen de wat moeilijke overgang naar een nieuw protocol met de geschreven pers de groei van het totale mediabudget vertraagde. En het is meer dan het dubbele van het bedrag dat in het kader van het vorige protocol jaarlijks voorzien werd voor advertenties in de geschreven pers.

In 2000 bedroeg het aandeel van de printmedia in het totaal advertentiebedrag 173,5 miljoen fr. of 59,6 %, terwijl dat in 1999 nog 227,8 miljoen fr. of 71,3 % bedragen had. Het totaalbedrag voor de audiovisuele media was 102,8 miljoen fr. of 35,3 %, of een stijging met 8,9 % ten opzichte van het jaar voordien, dat ook al een zeer sterke groei voor radio en tv te zien gegeven had.

Het aandeel van de kranten in de media-aankoop is zeer opvallend gedaald van 40 % in 1999 naar slechts 27,9 % in 2000. Ook in absolute cijfers daalde de besteding in kranten zeer substantieel, van 127,9 miljoen fr. in '99 tot 80,6 miljoen in 2000 - 47,3 miljoen fr. of 37 % minder dus. De besteding in de maga-

zines daalde eveneens, doch minder spectaculair, met 16,7 miljoen fr. of 19,5 %, tot 69,1 miljoen. Bij de printmedia ging enkel de periodieke pers, met daarbij inbegrepen de huis-aan-huispers vooruit, van 14,1 naar 23,8 miljoen fr.

Bij de audiovisuele media was er bijna een verdubbeling van de advertentiebestedingen (inclusief sponsoring) op de openbare omroep VRT, van 27,2 miljoen naar 50,3 miljoen fr. Met 26,1 miljoen fr. bedroegen de bestedingen voor de regionale tv-omroepen 4,2 miljoen of 19,2 % meer dan in 1999. Weliswaar liggen beide jaarcijfers voor de regionale televisie veel lager dan de 54,9 miljoen die genoteerd kon worden in 1998. Maar dit hoge bedrag voor '98 had zeer veel te maken met de uitgebreide campagne Stedelijk Beleid die toen (cf. Jaarverslag 1998, pp. 31-32) met 22 uitzendingen van telkens 5 minuten sterk op de regionale televisie toegespitst werd. Affichage was in 2000 goed voor 14,1 miljoen fr. of 4,8 % van het totale reclamebedrag.

6.1.3 In 2000 werden in het kader van de centrale media-aankoop 111 campagnes of advertentiedossiers behandeld, tegenover 80 in '99 en 63 in '98. Het werkvolume nam dus verder sterk toe. Uiteraard kan een dossier zowel betrekking hebben op een uitgebreide multimediale campagne als op een kleine administratieve mededeling in enkele kranten. De campagne met het grootste mediavolume in 2000 was de vervolgcampagne ter bekendmaking van de Vlaamse Infolijn (27,6 miljoen fr.). Het kleinste advertentiedossier betrof een vacaturebericht in de regionale pers, voor een bedrag van goed 30.000 fr.

6.1.4 Van de totale mediabesteding in 2000 werd 240,5 miljoen fr. of 82,6 % aangekocht ten behoeve van de diensten van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, en 50,5 miljoen fr. of 17,4 % ten behoeve van Vlaamse openbare instellingen. De media-aankoop voor de openbare instellingen lag trouwens flink hoger dan het jaar voordien, toen zij via de centrale media-aankoop voor amper 8,7 miljoen fr. aankochten.

6.1.5 Er is al op gewezen dat de media die deelnemen aan de centrale media-aankoop via de informaticambtenaar van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, zich ertoe verbinden exclusieve kortingen toe te kennen. Zo kon de bundeling van alle media-aankopen van de Vlaamse overheid in het systeem van centrale media-aankoop in 2000 resulteren in een gemiddelde korting van 28,9 % op de normale commerciële tarieven - of met andere woorden een besparing van 97,2 miljoen fr.

6.1.6 Enkele 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, wijst uit dat de regionale tv's sterk verschillend presteren, met TVL, RTV Kempen en Mechelen en ATV als rendabele zenders, en Ring TV, ROB en TV Brussel als economisch moeilijk of niet leefbare entiteiten.

Algemeen concludeert het onderzoek dat overheidscommunicatie niet strikt noodzakelijk is voor de economische leefbaarheid van de regionale televisie. De zwakst presterende zenders kampen immers met structurele problemen die niet opgelost zullen worden met de inkomsten uit overheidscommunicatie. Toch zijn de onderzoekers van oordeel dat het opportuun kan zijn de regionale tv in te schakelen voor overheidscommunicatie, en zij verwijzen hierbij naar het voorbeeld van de geschreven pers, waar het protocol met de Vlaamse overheid de uitgevers (min of meer) verzekert van een minimale reclamebesteding vanwege die overheid.

Pas in het najaar van 2001 zal duidelijkheid groeien over de beleidsmatige conclusies die de Vlaamse regering aan dit onderzoek en zijn aanbevelingen koppelt. Mocht de Vlaamse regering overeenkomstig de aanbeveling van het onderzoek opteren om de regionale televisieomroepen te ondersteunen door op structurele basis zendtijd aan te kopen voor haar overheidscommunicatie, wordt de volgende vraag

meteen of dat hoort te gebeuren met middelen die reeds voor communicatie voorzien zijn, dan wel of daar integendeel nieuwe middelen voor vrijgemaakt worden. Een pure verschuiving van de bestedingen binnen de bestaande communicatiebudgetten kan de samenwerking tussen de Vlaamse overheid en de andere media (waaronder vooral de geschreven pers) onder druk zetten. Het zou ook een rem zetten op de vrijheid inzake mediakeuze bij overheids campagnes. Een beleid van steun aan de media kan een sterke stimulans zijn voor het communicatiebeleid, maar uiteindelijk hebben ze allebei een verschillende finaliteit en kunnen ze daardoor ook met elkaar botsen. Deze problematiek is ook al in vorige jaarverslagen van de informatieambtenaar aan de orde gebracht.

6.2 Uitbesteding van campagnes

Over de ondersteuning bij de uitbesteding van campagnes en andere communicatieopdrachten is al uitgebreid ingegaan in het Jaarverslag 1999 van de informatieambtenaar (pp. 22-25). Daarom volstaat het hier kort in te gaan op de nieuwe accenten en evoluties sinds het voorjaar 2000.

6.2.1 De cel Externe Communicatie voorzag in de ontsluiting van verschillende adressenbestanden via het intranet van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. Ze bevatten firma's uit de communicatiesector in de breedste zin van het woord. De vermelde firma's hebben ofwel al goed werk geleverd voor de Vlaamse overheid of werden in de database opgenomen op basis van een veelbelovend presentatiedossier, van opvallende prestaties bij wedstrijden zoals de Effie Awards of de CCB Awards, enz. Deze bestanden kunnen echter enkel worden gebruikt in het geval van onderhandelingsprocedures zonder bekendmaking, bij uitbestedingen met beperkte budgettaire impact dus. In alle andere gevallen is een officiële publicatie in het Bulletin der Aanbestedingen vereist en kunnen firma's niet persoonlijk worden aangeschreven.

6.2.2 De voorbeeldbestekken voor uitbesteding worden voortdurend verder verfijnd. Essentieel is echter dat men deze voorbeeldbestekken niet ziet als kant-en-klare modellen, maar ze telkens grondig aanpast aan de concrete noden en omstandigheden. Die kunnen immers sterk verschillen naar gelang van de campagne. Daarom hecht de informatieambtenaar het grootste belang aan de redactionele begeleiding van de diensten die op basis van een voorbeeldbestek werk moeten maken van een oproep tot kandidaatstelling en bestek. Er is ook een draaiboek uitgewerkt voor de uitbesteding van overheidsopdrachten in de sector communicatie. Het overloopt niet alleen alle administratieve stappen die gezet moeten worden om de procedure voor uitbesteding van een communicatieopdracht vlekkeloos uit te voeren, maar ook alle stappen die moeten zorgen voor een correcte en efficiënte omgang met de bureaus (bijvoorbeeld aandachtspunten bij een mondelinge briefing). De verspreiding van dit draaiboek moest echter een tijdlang worden uitgesteld omdat onduidelijkheid bestond over een aantal drempelbedragen die nog aangepast moesten worden met het oog op de invoering van de euro.

6.2.3 Drie medewerkers van de informatieambtenaar zijn ondertussen deeltijds belast met de begeleiding van uitbestedingsprocedures. Zij zijn op verzoek van de aanbestedende dienst ter beschikking bij de beoordeling van kandidaatstellingen en offertes; veelal maken zij ook mee deel uit van de jury. Zij assisteren desgevraagd bij de briefing van de geselecteerde kandidaat-bureaus. En omdat vaak gekozen is voor een onderhandelingsprocedure en er dus na indiening van de offertes nog onderhandelingen met één of meer bureaus moeten volgen, worden zij hier wegens hun expertise terzake eveneens vaak bij ingeschakeld.

6.2.4 Hoewel dit soort betrokkenheid noodgedwongen in frequentie en omvang beperkt moet blijven, staan de medewerkers van de informatieambtenaar in sommige gevallen - en enkel op uitdrukkelijke vraag van de uitbestedende dienst - ook in voor de begeleiding van de concrete realisatie van het campagnemateriaal, zoals bijvoorbeeld radio- of tv-spots, of de uitwerking van minder eenvoudige

advertenties. Dat is uiteraard ook het geval voor de overkoepelende of algemene campagnes van de Vlaamse regering.

Los van deze praktische ondersteuning vragen zij bij de uitwerking van alle campagnes systematisch aandacht voor een geïntegreerde campagnevoering. In veel gevallen bijvoorbeeld hoort immers ook de Vlaamse Infolijn (tijdig) ingeschakeld te worden, moet er ook een internettoepassing worden ontwikkeld, of moet de distributie van een ondersteunende folder of brochure worden georganiseerd. En steeds is er een actieplan en coördinatie nodig om parallel met de campagne ook maximale redactionele media-aandacht te genereren. De ervaring van deze campagnespecialisten is broodnodig om complexe campagnes zonder brokken op de rails te krijgen en om de geïnvesteerde middelen optimaal te doen renderen. Achteraf blijkt stevast ook dat de organiserende afdeling de meerwaarden van deze begeleiding op prijs wist te stellen.

6.2.5 In het Jaarverslag 1998 (pp. 27-28) is al uitgebreid ingegaan op de introductie van een betrouwbare methode voor de vergelijking en beoordeling van campagnevoorstellen. De Argusmethode, een softwarematig ondersteunde multicriteria-analyse, maakt zo'n vergelijking van kwalitatieve beoordelingen mogelijk, en wordt daarom op vrij systematische wijze toegepast binnen het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap - althans voor offertebeoordelingen waar de medewerkers van de informatieambtenaar bij betrokken zijn, want er is voor het overige geen verplichting om deze methodiek toe te passen.

Tijdens het voorbije jaar is de handleiding voor het gebruik van Argus afgewerkt. In het najaar van 2000 werden twee Argus-informatiesesies georganiseerd, waarvoor meer dan 100 geïnteresseerden inschreven. De Argussoftware werd ook beschikbaar gesteld op het intranet van het ministerie, net als de handleiding. Het is de bedoeling om op de nieuwe portaalsite van de Vlaamse overheid een pagina te voorzien met uitleg over Argus, zodat mededingers naar overheidsopdrachten inzicht kunnen krijgen in de methodiek die gehanteerd zal worden wanneer hun offertes worden beoordeeld.

6.3 Samenwerking met de reclamesector

6.3.1 In het verlengde van de grote inspanningen die in '98 en '99 gedaan zijn om te recrutereren bij een grotere groep bureaus en op die wijze extra creativiteit binnen te halen, is ook het voorbije jaar veel tijd vrijgemaakt voor een ruime bekendmaking van nieuwe competities in de communicatiesector, onder meer via de vaktijdschriften, en in de uitbouw van een volwaardige dialoog met deelnemende bureaus.

Een nieuw accent daarbij is de beschikbaarheid van de communicatiemensen bij de overheid voor de bureaus die vragen en commentaar hebben. In de mate dat deze - in de huidige stand van zaken doorgaans zonder enige vergoeding - mankracht en creativiteit investeren in campagnecompetities, verdienen de deelnemende bureaus met hun vragen en commentaar immers ernstig genomen te worden door de uitbestedende overheid. Voor de overheid die wat haar communicatie betreft verder wil kijken dan de korte termijn is zo'n dialoog essentieel, en moet zij dus ook toelaten dat haar personeel daar tijd voor maakt.

6.3.2 Overigens voorziet de cel externe communicatie op de nieuwe portaalsite van de Vlaamse overheid ook een deelsite voor de bekendmaking van overheidsopdrachten. Geïnteresseerden zullen er weldra kunnen nagaan welke overheidsopdrachten het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap uitschrijft, de oproepen tot kandidaatstelling en bestekken zullen er kunnen worden gedownload, en men zal er te weten komen aan welke ondernemingen eerder uitgeschreven opdrachten werden toegekend. In welke mate de andere administraties gebruik zullen maken van deze deelsite, valt af te wachten. De cel Externe Communicatie zal alleszins werk maken van de bekendmaking via dit kanaal van alle communicatiecompetities van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, voor zover hij daar althans zelf weet van heeft of krijgt. De publicatie van uitbestedingsprocedures op de portaalsite heeft geen officieel karakter, zij is louter bedoeld ter aanvulling van de officiële publicatie in het Bulletin der Aanbestedingen en het Publicatieblad der Europese Gemeenschappen. Wel zullen in een aantal gevallen uitbestedin-

gen die onder de drempelbedragen voor verplichte publicatie vallen, er toch gepubliceerd worden en zullen op die wijze meer bedrijven er kennis van kunnen nemen.

6.3.3 De inspanningen om een betere verstandhouding met de bureauwereld op te bouwen en het niveau van communicatie-uitbestedingen te verhogen, renderen. De creatieve kwaliteit van de campagnes van de Vlaamse overheid blijft erop vooruitgaan. Deze tendens, die enkele jaren geleden werd ingezet, leidde ertoe dat er het voorbije jaar een zeer brede belangstelling was van professionele bureaus om voor de Vlaamse overheid te werken. De tijd dat slechts enkele bureaus voor de overheid wilden werken en dat de overige bureaus wantrouwend wegbleven uit overheidscompetities, is voorbij. Door de hierboven geschetste inspanningen zijn er nu zo'n tien tot vijftien bureaus uit de top van de Belgische reclame die regelmatig meedoen aan campagnes van de Vlaamse overheid, veelal bureaus die voorheen nooit aan overheidscompetities deelnamen. Zij ervaren dat de overheid bereid is op een ernstige, professionele manier met hen samen te werken en hen een eerlijke kans wil geven - iets waar ze voorheen niet altijd van overtuigd waren. En per geslaagde campagne dienen zich nieuwe kandidaten aan voor wie de 'public service' sector nu plots een leuke klant lijkt, in plaats van een saaie of bureaucratische. De opdrachten van de Vlaamse overheid worden dan ook goed gespreid over een breed platform aan bureaus. Bovendien gaat het ondertussen om bureaus die diverse belangrijke budgetten beheren en daarvoor spraakmakend, creatief hoogstaand werk moeten leveren, waardoor ze dagdagelijks in contact staan met wat er in de maatschappij leeft bij doelgroepen welke ook die van de Vlaamse overheid zijn. De federale en andere overheden profiteren trouwens mee van de toegenomen belangstelling bij de reclamebureaus. Want gaandeweg krijgen deze bureaus in het algemeen door dat de publieke sector voor hen een interessante klant kan worden.

6.3.4 De groeiende waardering voor het niveau van de Vlaamse overheidscommunicatie blijkt ook uit de prijzen die zij toegekend krijgt. Dat was een eerste keer het geval in 1999 en 2000, met verscheidene bekroningen

(zie Jaarverslag 1999, p. 28). In het voorjaar 2001 viel zij opnieuw in de prijzen met de CCB Silver Award van de Creative Club of Belgium in de categorie 'public service campaign' voor de campagne "Water - elke druppel telt". De deelname van een Vlaamse overheids campagne aan de Effie-competitie verhoogde de aandacht van de bureauwereld voor de professionalisering van de campagnes van de Vlaamse overheid, maar leidde nog niet tot een prijs.

6.4 Testen en meten

Alleen al wegens de vrij hoge budgetten die er veelal mee gemoeid zijn, horen de campagnes zo effectief en efficiënt mogelijk te zijn. Dat mag geen kwestie van toeval of het resultaat van nattevingerwerk zijn, en het moet ook serieus worden opgevolgd en in kaart worden gebracht. Daarom zijn een aantal voorbereidende stappen gezet om nog in de loop van 2001 over te gaan tot meer systematische pretesting van campagnevoorstellen en tot effectmeting bij de grotere campagnes. Voor beide initiatieven zijn middelen voorzien op het door de minister-president beheerde centrale communicatiebudget.

6.4.1 De keuze tussen verschillende campagneconcepten en advertentievoorstellen berust bij de inhoudelijk betrokken kabinetten en hun administraties, daarin vaak bijgestaan door de medewerkers van de cel Externe Communicatie. Hun visie en voorkeur loopt niet per definitie parallel met die van de doelgroep waarvoor de campagne bedoeld is. Pretesting van concrete campagnevoorstellen bij die doelgroep kan daarom kostbare informatie aanbrengen voor wie uiteindelijk de keuze moet maken.

Daartoe wordt de aanmaak en toepassing uitbesteed van een methodiek die zal toelaten campagnevoorstellen snel kwalitatief uit te testen bij een beperkt maar representatief staal van de doelgroep. De test kan zowel in de fase van de beoordeling der onderscheiden offertes als in de realisatiefase worden uitgevoerd. Via de pretesting kan worden nagegaan op welke wijze de mensen de advertentie interpreteren en hoe zij erop reageren, wat zij ervan onthouden en in welke mate dat overeenstemt met de

bedoelingen van de adverteerder, welke elementen de aandacht trekken, enz. De resultaten van deze pretest kunnen hetzij mee richtinggevend zijn voor de uiteindelijke keuze van advertentievoorstel, hetzij leiden tot bijsturing ervan. De pretesting zal op een maximaal gestandaardiseerde wijze gebeuren, zodat de conclusies uit afzonderlijke pretests gemakkelijker ontsloten kunnen worden met het oog op latere campagnes.

6.4.2 Het voorbije jaar heeft de cel Externe Communicatie onderzoek verricht naar de haalbaarheid van effectmetingen bij Vlaamse overheids campagnes, die peilen naar de mate waarin de bevolking de campagneboodschap opgemerkt en onthouden heeft en er eventueel door beïnvloed is. De conclusies uit deze metingen moeten op zo'n wijze worden verwerkt dat zij vlot kunnen renderen bij de aanpak van volgende campagnes. Op deze wijze wordt een databank met "best practices" uitgebouwd en kan de overheid ook leren uit de gemaakte fouten.

Op basis van dit voorbereidende studiewerk wordt in de loop van 2001 een methodiek ontwikkeld, en zal worden gepoogd om die reeds op korte termijn te laten toepassen op een eerste selectie van gevoerde campagnes. Het veldwerk, de eigenlijke kwantitatieve bevraging dus van een representatief staal van de Vlaamse bevolking, en de rapportering worden zeker uitbesteed aan een gespecialiseerd bureau voor marktonderzoek. Voor wat de methodiek en algemene aanpak betreft wordt gezocht naar samenwerking met de Nederlandse Rijksvoorlichtingsdienst (RVD). Die heeft immers een eigen zgn. trackingsysteem ontwikkeld voor de continue meting van het bereik en de effecten van voorlichtingscampagnes. Er zal worden nagegaan in welke mate deze systematiek ook bruikbaar is voor of vertaald kan worden naar de situatie in Vlaanderen.

6.4.3 De kosten van zowel pretesting als effectmeting zullen aangerekend worden op het centrale communicatiebudget. De budgetten van afzonderlijke campagnes zullen er dus niet door belast worden. Alleen zo kan immers worden gewaarborgd dat men daadwerkelijk aan pretesting en effectevaluatie van individue-

le campagnes toe komt en dat dit bovendien op zo'n wijze gebeurt dat consolidatie van de onderzoeksresultaten over meerdere campagnes heen mogelijk wordt.

6.5 Code van goede praktijk

Het inschakelen van mediacampagnes en de concrete realisatie van de overheidscommunicatie is gebonden aan regels waarover duidelijkheid dient te bestaan. Meteen bij haar aantreden in juli 1999 besliste deze Vlaamse regering een deontologische code uit te werken voor alle communicatie-initiatieven die uitgaan van de Vlaamse regering, de Vlaamse ministers en hun diensten. Deze deontologische code werd het voorbije jaar voorbereid, althans voor wat de mediacampagnes betreft. Het concept ervan werd echter uitgebreid tot een meer omvattende code van goede praktijk, die de communicatie van de Vlaamse overheid stuurt in de richting van een meer professionele aanpak van de communicatie, om zo te komen tot de voor bestuur en burger beste besteding van de ingezette middelen. Daarom wordt voorzien dat de code niet alleen betrekking zal hebben op deontologische aspecten, maar ook op de planmatige aanpak, de te volgen procedures en de vormgeving van campagnes. Het is de bedoeling dat de Vlaamse regering zich met deze code zal engageren tegenover het Vlaams Parlement, de publieke opinie in Vlaanderen en haar eigen diensten om de mediacommunicatie van de hele Vlaamse overheid te laten beantwoorden aan een consistente, strenge en controleerbare en dus afdwingbare set kwaliteitsnormen.

De ontwerpcode die in het najaar van 2001 aan de Vlaamse regering zal worden voorgelegd, zal betrekking hebben 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 wordt beschouwd als een vorm van campagne. De code zal gelden voor alle mediacommunicatie waarvoor betaald wordt of normaal gezien betaald zou moeten worden. Hij is niet van toepassing op de redactionele bijdragen waarvoor de redactionele ver-

antwoordelijkheid berust bij het medium zelf, waarvoor immers eigen regels dienen te gelden. De nog voor te leggen ontwerpcode is deels gebaseerd op voorbeelden uit het buitenland – hoewel nergens min of meer kant en klare modellen voorhanden bleken – maar bouwt ook in belangrijke mate voort op de praktijk inzake massamediale communicatie die zich de afgelopen jaren bij de Vlaamse overheidsadministratie ontwikkelde. De code moet noodzakelijkerwijs ook een evolutief gegeven worden, en zal dus worden aangevuld of bijgestuurd naarmate er nood groeit aan bijkomende richtlijnen of naarmate de deontologische inzichten wijzigen.

6.6 Voornaamste campagnes

Zoals reeds werd aangestipt, was de campagne met de meest intense aanwezigheid in de media het voorbije jaar het vervolg op de bekendmakingscampagne voor de Vlaamse Infolijn. Wegens de specifieke uitdaging werd daarbij niet gekozen voor een traditionele benadering. Vandaar hier iets meer aandacht voor deze aanpak. Uit onderzoek was gebleken dat de Vlaamse Infolijn specifiek nood had aan een grotere naambekendheid. Daarom werd geselecteerd voor vrij grootschalige sponsoring van populaire programma's op radio en tv: van de middagprogramma's Klas X op Studio Brussel en Groot Gelijk en De Nieuwe Wereld op Radio 1, over het weerbericht op de regionale tv-zenders, tot het zeer druk bekeken weerbericht op VTM. Op deze wijze werd de Vlaamse Infolijn honderden keren kort onder de aandacht van een zeer breed publiek gebracht. Bij de kranten werd gekozen voor een vergelijkbare aanpak, namelijk een constante aanwezigheid met kleine advertenties op een vaste plaats. Dat werden dan de voorpagina en de televisiepagina.

Behalve de naambekendheid was (en is) ook een correcte positionering van het product Vlaamse Infolijn van groot belang. De eerste bekendmakingscampagne had immers één belangrijke les opgeleverd: de aan de Vlaamse Infolijn gestelde vragen spelen opvallend veel in op de onderwerpen die aan bod komen in de campagnes die de Infolijncampagne zelf aanhaalde (kinderopvang, kunstonderwijs, vergun-

ningen...). Een groot deel van het publiek weet de boodschap dus al te weinig te abstraheren en ziet onvoldoende voor welke andere vragen of problemen men evengoed kan bellen naar de Vlaamse Infolijn. Vandaar de optie om bij de vijfseconden-sponsorvermelding en de kleine advertenties in de krant naam en logo van de Vlaamse Infolijn te koppelen aan een zeer korte boodschap die telkens inspeelde op de actualiteit, en waarvan het cumulatief effect duidelijk moest maken voor wat voor een breed scala onderwerpen men bij de Vlaamse Infolijn terecht kan.

Andere campagnes met werkelijk groot media-gewicht waren de opvallend aantrekkelijke (en om die reden ook bekroonde) campagne ter promotie van een meer rationeel watergebruik, de sensibiliseringscampagne energiebesparing en de campagne lokale verkiezingen. Deze laatste werd gespreid over verschillende fasen. In het voorjaar werd met groot succes geadverteerd voor het vormingsaanbod van de Vlaamse overheid voor toekomstige kandidaat-mandatarissen. Later, dichter tegen de verkiezingen aan, werden de stemgerechtigde Vlamingen opgeroepen om een bewuste keuze te maken in het stemhokje, en spoorde een parallelle campagne aan tot evenwichtig kiezen (vrouwen gelijke kansen geven). Vlak tegen de verkiezingen aan, ten slotte, werden de Vlaamse Infolijn en de verkiezingswebsite van de Vlaamse overheid gepromoot als snelle informatiekanalen voor de verkiezingsresultaten.

Belangrijke beleidsprioriteiten van de Vlaamse regering werden weerspiegeld in de campagne ter bekendmaking van het nieuwe Decreet Ruimtelijke Ordening en het handhavingsbeleid in de ruimtelijke ordening, een campagne om jongeren te stimuleren tot een carrière in het onderwijs, en de voortzetting van de campagne Wonen in Brussel, bedoeld om vooral jonge mensen en pendelaars ertoe te overhalen in de hoofdstad te komen wonen. Nog in Brussel richtte een andere campagne zich specifiek tot anderstaligen om hen te overtuigen dat Vlamingen en anderstaligen partners zijn in Brussel en er dezelfde waarden delen. Onderzoek had namelijk uitgewezen dat de allochtone en de Franstalige inwoners hier geen onverdeeld positief beeld hadden van de door-

snee Vlaming in Brussel. Een andere campagne die een negatieve perceptie wil ombuigen en die inhaakt op een essentieel stuk beleid, is de in 2001 gestarte campagne Stedenbeleid, die verschillende beleidsdomeinen en ministeriële bevoegdheden overkoepelt en aansluit op diverse bestaande initiatieven, vanuit de bezorgdheid om steden weer een positief imago te geven en om de stadsvlucht te stoppen.

Opvallende sensibiliseringscampagnes waren er ook in de sector gezondheid. De Dopinglijn, een (in samenwerking met de Vlaamse Infolijn opgezette) infolijn voor alle vragen in verband met doping in de sport, werd aangekondigd met tv-spots en een mailing naar 25.000 artsen, kinesitherapeuten en sportverenigingen. En dan was er natuurlijk de campagne rond Veilig Genieten, beter bekend als de "Blablabla-Boemboemboem-campagne". Deze campagne met radiospots, Boomerangkaarten en Vespasiusposters was vooral bedoeld om jongeren aan te zetten met elkaar te praten over veilig vrijen, en hen zo indirect ook tot condoomgebruik aan te sporen. Uit een pretest was gebleken dat juist dit campagneconcept, meer dan andere voorstellen, goed scoorde bij de doelgroep. Met een nochtans vrij bescheiden budget groeide deze campagne met haar uitdagende concept en uitwerking uit tot wellicht de meest opvallende en ongetwijfeld meest spraakmakende overheidscampagne van de voorbije jaren. Meteen ook een kluif voor wie de discussie wil voeren over de wenselijkheid om de zorg voor een zo effectief mogelijke overheidscommunicatie te laten inperken door smaak- en fatsoensnormen.

Verder waren er campagnes ter aankondiging van evenementen zoals het Erfgoedweekend, de Vlaanderendag, de Week van het Bos, de Dag van het Park, de Open Natuurdagen, en dergelijke meer. Voor de campagne ter bekendmaking van de editie 2000 van de Week van Vervoering werd zelfs een opvallende primeur genoteerd: zanger en bijna levende legende Will Tura weigerde voor een keer niet om aan een commercial mee te werken en zong voor het goede doel een aangepaste versie in van zijn hit "Hopeloos", voor de gelegenheid omgedoopt tot "Auteloos".

Nieuw - en vanuit voorlichtingstechnisch standpunt opvallend - was de groeiende (hoewel nog lang niet veralgemeende) bereidheid op enkele plaatsen om ook kleinschaliger communicatie professioneel te laten ondersteunen. Dat was bijvoorbeeld het geval bij de stortplaats Callemansputte in Zelzate. De afdeling Bovenschelde van de administratie Waterwegen en Zeewezen liet er door een gespecialiseerd bureau campagne voeren om de buurtbewoners te informeren over de noodzaak en implicaties van een uitbreiding van deze stortplaats voor baggerspecie. En over de uitbesteding van de mediacommunicatie bij grote openbare werken met zware verkeershinder wordt elders in dit jaarverslag ingegaan (zie hoofdstuk 4.2, p.20).

Voor het vervolg van de campagne Durf Innoveren ter ondersteuning van het innovatiebeleid werd geopteerd om heel sterk gebruik te maken van de regionale televisie. Dat is ook het geval bij de nieuwe campagne Ruimtelijke Ordening, waarvoor een tiental reportages ontwikkeld worden voor de regionale omroepen.

7 Geïntegreerde loketten en internet

7.1 Geïntegreerde loketten

De uitbouw van geïntegreerde loketten voor de gemeentelijke, provinciale en Vlaamse dienstverlening vormt een belangrijk onderdeel van het luik Nieuw Bestuurlijk Beleid van het Vlaams Regeerakkoord. Diezelfde klemtoon werd ook gelegd in de Septemberverklaring 2000, die de beleidsaccenten voor het tweede werkjaar van deze Vlaamse regering op een rijtje zette. Naast de aankondiging van het Digitaal Actieplan voor Vlaanderen, dat Vlaanderen mee aan de Europese kop moet zetten als het erop aankomt ICT te integreren in economie, onderwijs, onderzoek en relaties tussen overheid en burger, bevatte de Septemberverklaring ook het engagement dat de Vlaamse regering nog in het najaar van 2000 een actieplan zou goedkeuren voor de uitbouw van geïntegreerde loketten. "De bevolking en de bedrijven moeten straks voor een geïntegreerde behandeling van hun dossiers terecht kunnen bij één loket, hetzij fysisch hetzij virtueel. Voor de burger mag het er straks niet meer toe doen welke overheidsdienst zijn dossier behandelt. Want hij zal terecht kunnen bij één loket voor alle overheden samen, bij wijze van spreken van een Antwerpse districtsraad tot de Europese Unie."

7.1.1 Op 8 december 2000 keurde de Vlaamse regering inderdaad de basisprincipes goed voor de aanpak van de geïntegreerde overheidsloketten, evenals een aantal concrete voorstellen voor de organisatiestructuur en het opstarten van de werkzaamheden. Ze gaf daarmee het startschot voor de uitbouw van het e-government binnen de Vlaamse administratie.

De Vlaamse regering wil komen tot de realisatie van over de verschillende overheden en diensten heen geïntegreerde transactieloketten, waar de burger en alle cliënten van de overheid (bedrijven, instellingen, scholen, verenigingen,...) terecht kunnen voor een maximaal klantvriendelijke en geïntegreerde behandeling van hun administratieve dossiers. Deze loketten worden stapsgewijs uitgebouwd. In een

eerste fase wordt op korte termijn werk gemaakt van het informatieloket, waar men alle relevante niet-dossiergebonden informatie kan vinden of krijgen over de dienstverlening van de overheid en de formaliteiten die vervuld moeten worden om er gebruik van te maken. Daartoe wordt werk gemaakt van de portaalsite www.vlaanderen.be, die in de plaats komt van de bestaande website van de Vlaamse overheid en verschillende andere niet-geïntegreerde overheidsites. Deze portaalsite geeft toegang tot de verschillende overheidsdiensten en hun informatie. Maar vooral ook moet hij de kennisdatabank van de Vlaamse Infolijn ontsluiten, zodat de informatie van de Vlaamse Infolijn niet alleen meer telefonisch beschikbaar is, maar ook, gebruiksvriendelijk en interactief, via het web. Op de realisatie van de portaalsite wordt hieronder ingegaan. Voor het aandeel van de Vlaamse Infolijn wordt verwezen naar hoofdstuk 8.1 (p. 37).

In volgende fasen wordt de geleidelijke realisatie van volwaardige transactieloketten voorzien. Daarvoor wordt een driedelige organisatiestructuur voorzien, met een front office, een centrale back office, en een aantal thematische back offices.

7.1.2 De front office is het aanspreekpunt voor de klant. Die kan de informatie opvragen en een procedure laten opstarten via het kanaal dat hij zelf vrij kiest. Dat kanaal kan de vorm aannemen van een fysiek loket, bijvoorbeeld bij het gemeentebestuur. Maar de burger kan een dossier ook inleiden via de portaalsite of via de Vlaamse Infolijn.

7.1.3 Bij de centrale back office ligt de verantwoordelijkheid voor de totale aansturing van het project en de opvolging van de geleidelijke realisatie van het e-government in Vlaanderen. Daarbij wordt een sturende rol voorzien voor de e-governmentstuurgroep, die bestaat uit de Vlaamse ministers, vertegenwoordigers van de verenigingen van Vlaamse steden, gemeenten en provincies, en de direct betrok-

ken centrale ambtenaren bij het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. Hij wordt voorgezeten door de minister-president. Het e-governmentteam van zijn kant zal als beleids-ondersteunende cel instaan voor de voorbereiding en opvolging der beslissingen van de stuurgroep. Een tweede kernactiviteit van dit team bestaat in de ondersteuning van de verschillende clusterteams, om te vermijden dat elk van die clusterteams apart veel tijd en energie moet investeren in het opbouwen van kennis en activiteiten die generiek zijn voor alle clusters. Het e-governmentteam moet ten slotte instaan voor de generieke actieterreinen (juridische aspecten zoals digitale handtekening en privacy-wetgeving; samenwerking met Kruispuntbank, overleg en samenwerking met e-VRT en Vlaanse Infolijn, technologische oplossingen,...) en voor de coördinatie der werkzaamheden van de verschillende clusters.

7.1.4 De eigenlijke realisatie van de transactieloketten zal berusten bij afzonderlijke thematische back offices. Die zullen opgebouwd worden rond clusters van materies waarover, blijkens de ervaringen bij de Vlaamse Infolijn, de Vlaamse Ombudsdienst en de Vereniging van Vlaamse Steden en Gemeenten, veel vragen blijken te leven bij de gebruikers. Dit betekent dat geopteerd wordt voor de uitbouw van een geïntegreerd loket per cluster van samenhangende, bij elkaar aansluitende, verwante materies. De publieke dienstverlening wordt dus heringericht volgens de logica en de behoeften van de klant, een belangrijke trendbreuk met het verleden. Oorspronkelijk baken- de de Vlaamse regering vijf zo'n clusters af: bouwen en wonen, zorg en welzijn, bedrijven-loket, Vlaamse en lokale fiscaliteit, en werk. Later besliste zij daar ook nog een cluster rond milieu aan toe te voegen. Uiteraard kan deze lijst ook later nog worden aangevuld met nieuwe clusters.

Bij de werking van de cluster worden alle overheidsdiensten en -niveaus betrokken die ook inhoudelijk bij de dienstverlening van de cluster betrokken zijn. Al die participerende overheden zullen samen het volle eigenaarschap van de uitbouw van het loket opnemen. Samen zullen zij de verantwoordelijkheid dragen voor het behalen van de beoogde resultaten, op basis

van een realistische, door hen zelf op te stellen en goed te keuren stappenplan. De grootste verantwoordelijkheid ligt straks dus bij de onderscheiden clusters zelf. De thematische clusterteams zullen de handschoen moeten opnemen om individuele overheidsorganisaties op één lijn te krijgen voor het opstarten en de hele administratieve afhandeling van dossiers. Het spreekt voor zich dat dit gepaard zal moeten gaan met een grondig her-denken van procedures en dossierstromen, en dat in heel wat gevallen ook de regelgeving aangepast en vereenvoudigd zal moeten worden. Het zal in de meeste gevallen dus gaan om bijzonder complexe operaties, die vaak slechts op langere termijn tot voor de gebruiker concreet tastbare resultaten zullen leiden. Elke cluster zal voor zich moeten uitmaken welke vragen en procedures prioritair aangepakt moeten worden. Regelmatig contact van de thematische clusterteams met het centraal e-governmentteam moet ertoe bijdragen dat de onderscheiden visies, verwachtingen en prognoses onderling gecommuniceerd en afgestemd worden vooraleer er concrete applicaties gebouwd worden. Op die wijze kunnen de in de organisatie aanwezige strategische inzichten overigens in pool gebracht worden om innoverende stappen te zetten.

Voor de sturing van elke cluster wordt een clusterteam voorzien, en binnen elke cluster komt er een operationeel clusterteam voor de eigenlijke voorbereiding en realisatie. Het initiatief tot en de beslissing inzake de samenstelling van clusterstuurgroep en -team, evenals het opstarten en opvolgen van hun werkzaamheden is de verantwoordelijkheid van de Vlaamse minister wiens bevoegdheden het meest aansluiten bij de cluster in kwestie. Het voorzitterschap van de diverse clusterstuurgroepen wordt toevertrouwd aan leidend ambtenaren van de Vlaamse administratie, in opdracht van de betrokken minister. Het is aangewezen dat binnen elke cluster een administratieve entiteit wordt aangeduid om de werkzaamheden op gang te duwen en ze te blijven trekken.

7.1.5 Vooraleer de zes clusters decentraal opgestart worden, is het nodig eerst de centrale sturing en coördinatie van het e-governmentproject op de rails te krijgen. Daartoe is tijdens de eerste helft van 2001 voorbereidend werk geleverd op drie vlakken. Ten behoeve van de bevoegde ministers is de selectie voorbereid van de projectleider van het e-governmentteam. Voor de aanwerving van de zes mensen waaruit dit team in een eerste fase zal bestaan, is er namelijk voor geopteerd eerst de projectleider aan te werven en deze daarna in te schakelen voor de selectie der overige teamleden.

Anderzijds is de uitbesteding voorbereid van de opmaak van een strategische studie. Precies omwille van het uitermate complexe karakter van het hele e-governmentproject is het waarlijk geen luxe een gespecialiseerd consultant in te huren in de fase waarin de grote krijtlijnen van het project vastgelegd moeten worden. De consultant zal in de tweede helft van 2001 over zes maanden beschikken om het strategisch plan en de gedetailleerde business-, actie- en communicatieplannen op te maken.

Een essentiële randvoorwaarde voor de realisatie van geïntegreerde loketten is de goede samenwerking tussen alle betrokken overheden. Een belangrijke stap in die richting werd gezet met de goedkeuring van het Samenwerkingsakkoord tussen de federale staat en de gemeenschappen en gewesten betreffende de bouw en exploitatie van een gemeenschappelijk e-platform met respect voor eenieders bevoegdheden. In dit Samenwerkingsakkoord verbinden alle partijen zich ertoe om samen te werken op het vlak van de bouw, coördinatie en exploitatie van een gemeenschappelijk elektronisch platform dat een snelle en directe communicatie tussen de overheid en de burgers, bedrijven en andere organisaties, evenals tussen de overheden onderling mogelijk maakt.

7.2 Portalsite www.vlaanderen.be

De beslissing van de Vlaamse regering tot uitbouw van geïntegreerde overheidsloketten en tot realisatie op korte termijn van een geïntegreerd informatieloket als tussenstap naar de transactieloketten, zorgde ervoor dat bij de ver-

dere ontwikkeling van de aanwezigheid van de Vlaamse overheid op het web alle aandacht toegespitst werd op de voorbereiding van de nieuwe portalsite www.vlaanderen.be. Deze portalsite wordt immers samen met de Vlaamse Infolijn, waarvan het databestand via de portalsite ook digitaal ontsloten wordt, het informatieloket van de Vlaamse overheid.

De Vlaamse regering mikte voor de eerste fase van de portalsite eerst op 1 april 2001, doch omwille van de complexiteit van de operatie en informaticaperikelen diende de datum al vrij snel met drie maanden verschoven naar juli 2001. 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 maakten de zaken er niet makkelijker op en noodzaakten zeer nauwe opvolging door het Beheerscomité ICT.

7.2.1 Essentieel is dat de bestaande koepelsite www.vlaanderen.be wordt omgebouwd naar een gebruiksvriendelijk portaal voor de ontsluiting van overheidsinformatie in de breedste zin. Naast de rol van informatievindplaats komt die van webwijzer. Het verwijzen naar andere relevante bronnen wordt immers minstens even belangrijk als het in kaart brengen van het eigen aanbod. De koepelsite ontwikkelt zich tot een referentie voor wie langs elektronische weg op zoek is naar alle overheidsinformatie, van welke overheidsinstantie ook.

In de eerste fase, in de loop van juli, wordt de portalsite met haar volledig nieuwe vormgeving, modulaire lay-out, doorgedreven zoekmogelijkheden en gebruiksvriendelijke navigatie in gebruik genomen. Zoeken kan men zowel begeleid (browsen) als vrij (search). Het begeleid zoeken gebeurt thematisch en klantgericht, via een eenvoudige en consistente navigatie, met een luik "meest gevraagde informatie" en bovendien de mogelijkheid om vragen te mailen. Het vrij zoeken gebeurt op basis van full text search en via trefwoorden.

Een essentieel onderdeel van de portalsite is de directe toegang tot de kennisdatabank van de Vlaamse Infolijn. Via de portalsite kan eenie-

der rechtstreeks het kennisbestand van de Vlaamse Infolijn ondervragen. Dat kan zowel via rubrieken als via trefwoorden. De portaalsite geeft ook toegang tot de adressendatabank en de publicatiedatabank (met mogelijkheid tot bestellen) van de Vlaamse overheid.

De rubriek "Heet van de naald" geeft toegang tot de actualiteit van de Vlaamse overheid. Vooreerst zijn er de persberichten van de Vlaamse regering, de Vlaamse ministers en het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, die men zowel op datum als per onderwerp kan doorzoeken. In een latere fase zal aan de teksten ook beeldmateriaal toegevoegd kunnen worden. Alle recente evenementen en projecten van de Vlaamse overheid worden aanklikbaar gemaakt, en een agenda bevat het overzicht van een aantal publieke activiteiten. En de portaalsite geeft ook toegang tot één of meerdere discussiefora over onderwerpen die betrekking hebben op de Vlaamse overheid.

7.2.2 In de volgende fase, in het najaar van 2001, wordt het content management systeem in zijn geheel operationeel. Dit publiceersysteem maakt een veel beter beheer van de gehele website mogelijk. Het onderhoud van de website zal makkelijker worden, onder meer doordat alle ontbrekende of foutieve links automatisch verwijderd worden en pagina's die aan de actualiteit gebonden zijn vanzelf zullen verdwijnen van zodra ze geen actualiteitswaarde meer hebben. Het systeem zal ook een uniforme design van alle pagina's van de hele website tot gevolg hebben. Wie straks binnen de Vlaamse administratie webpagina's aanmaakt, kan dit laagdrempelig doen met een gewoon tekstverwerkingspakket en hoeft zich geen zorgen meer te maken over de grafische vormgeving. De doorsnee ambtenaar dient dus niet te beschikken over html-kennis om te kunnen publiceren op het internet. Het systeem maakt verder rapportering gemakkelijk mogelijk, evenals een integratie van het intranet van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap met het internet. Ook Vlaamse openbare instellingen en andere overheidsdiensten zullen via dit systeem informatie kunnen raadplegen die zich op het intranet bevindt en zelf actuele berichten posten. Ten slotte bevat het systeem de mogelijkheid om via uitgebreide personalisatie-opties

de informatie op maat van de gebruiker aan te bieden. Dankzij "mijn.vlaanderen.be" zal de informatie van de Vlaamse overheid nog nauwer aansluiten bij de verzuchtingen van de burger.

De technische kwaliteitseisen die aan de nieuwe portaalsite gesteld worden, zijn stringent. Zo bijvoorbeeld moet de architectuur 1000 gelijktijdige handelingen van gebruikers aankunnen, terwijl een veelvoud daarvan de portaalsite raadpleegt. De adressendatabank, publicatiedatabank en zoekrobot moeten elk 150 bewerkingen per seconde kunnen ondergaan, en de databank met de persberichten 100 bewerkingen per seconde.

8 Vlaamse Infolijn en sectorale infolijnen

8.1 Vlaamse Infolijn

De Vlaamse Infolijn (bereikbaar elke werkdag van 9 tot 19 u. op het gratis nummer 0800 - 3 02 01) is op amper twee jaar tijd uitgegroeid tot een essentieel onderdeel van de Vlaamse overheidscommunicatie. Niet alleen kan de Vlaamse Infolijn indrukwekkende groeicijfers voorleggen. Zij is ook een onmisbaar instrument voor de ondersteuning van zowel de meeste mediacampagnes die de Vlaamse overheid opzet, als steeds meer sectorale of thematische infolijnen. En nu wordt zij ook uitgebouwd als het informatieloket van de Vlaamse overheid, een belangrijke stap in de richting van de geïntegreerde overheidsloketten.

8.1.1 In zijn tweede werkingsjaar, dat liep van half maart 2000 tot half maart 2001, kreeg de Vlaamse Infolijn 217.580 oproepen te verwerken, dat is meer dan een verdubbeling (+ 107,3 %) van het aantal oproepen ten opzichte van het eerste werkingsjaar (104 976 oproepen). Het gemiddeld aantal oproepen per dag steeg daarmee van 412 naar 874. De Vlaamse Infolijn behandelde verder 4440 schriftelijke vragen (tegenover 2.360, of + 88,1 %), en de website van de Vlaamse Infolijn werd 277.572 keer bezocht (tegenover 132.074, of + 110,2 %). Het aantal operatoren groeide van 9 (voltijdse) op het eind van het eerste naar 16 (waarvan 3 halftijdse) op het eind van het tweede werkjaar.

Globaal kan dus gesproken worden van ruim een verdubbeling van de resultaten ten opzichte van het eerste werkingsjaar. De cijfers laten er geen twijfel over bestaan dat de Vlaamse Infolijn voldoet aan een reële behoefte bij de Vlamingen. De opeenvolgende bekendmakingscampagnes zijn geresulteerd in een groeiende bekendheid van deze dienstverlening. Een enquête begin 2001 wees uit dat 17 % van de ondervraagden de Vlaamse Infolijn spontaan vermeldde als instantie waar men terecht kan voor informatie over de overheid. Een jaar voordien had slechts 3 % de Infolijn spontaan vermeld.

Dit cijfer laat toe met stelligheid te voorspellen dat er nog een zeer groot groeipotentieel is voor de Infolijn. Maar dat groeipotentieel situeert zich niet alleen bij het zeer grote percentage mensen die de Vlaamse Infolijn nog niet of amper kennen. De ervaring met de bekendmakingscampagnes wijst uit dat veel mensen weliswaar de Infolijn bellen met vragen over de concrete voorbeelden die de campagne expliciet vermeldt (kinderopvang, vergunningen, kunst-onderwijs,...), maar onvoldoende beseffen dat zij diezelfde Vlaamse Infolijn ook voor andere problemen kunnen bellen. De Vlaamse Infolijn dient dus nog meer gepositioneerd als vraagbaak voor alles wat met de (Vlaamse) overheid te maken heeft, en dat besef dient nog in bredere kring door te dringen.

Voor meer gedetailleerde cijfers over de werking is het wachten op het tweede Jaarverslag van de Vlaamse Infolijn. Omdat er vanaf die tweede editie echter geopteerd is voor verslaggeving die parallel loopt met het kalenderjaar, zal op die gegevens gewacht moeten worden tot de eerste maanden van 2002. Alle verdere cijfermatige analyse dient hier dus achterwege te blijven.

8.1.2 Voor een volledig overzicht van de werking en dienstverlening van de Vlaamse Infolijn kan verwezen worden naar het Jaarverslag 1999 van de informatieambtenaar (pp.34-37). Ter aanvulling daarvan kan bevestigd worden dat de klemtoon bij de uitbouw van het databestand van de Vlaamse Infolijn gaandeweg verschuift. Aanvankelijk lag het accent vooral op het verzamelen en verstrekken van wegwijsinformatie. Gaandeweg echter gaat nu veel meer aandacht naar de uitbouw van de eerstelijnsinformatie. Dat is objectieve, niet-dossiergebonden informatie die in een gebruiksvriendelijke, makkelijk te ontsluiten structuur kan worden gegoten. De eerstelijnsinformatie van de Vlaamse Infolijn is gebaseerd op overzichtelijke scripts met standaardantwoorden, die tot stand komen in samenspraak met de inhoudelijk bevoegde dienst. Het is die inhoudelijk bevoegde dienst

of instelling die bepaalt welke informatie als eerstelijnsinformatie gegeven kan worden.

De hoeveelheid eerstelijnsinformatie die via de Vlaamse Infolijn opgevraagd kan worden, is sterk toegenomen. De klemtoon wordt daarbij gelegd op materies waar veel vraag naar is, zoals bijvoorbeeld de voorwaarden om voor huisvestingspremies in aanmerking te komen, informatie op het vlak van de ruimtelijke ordening, of mogelijkheden inzake loopbaanonderbreking. De eerstelijnsinformatie in het databestand van de Infolijn is niet alleen uitgebreid, zij is het voorbije jaar ook sterk verbeterd in kwaliteit en klantgerichtheid. Dat was vooral het gevolg van de continue feedback van de operatoren, die immers de vragen van de oproepers continu moeten aftoetsen aan de voorhanden informatie. Op basis van hun continue reacties is het mogelijk de informatie letterlijk vraaggericht bij te sturen. De toename van de hoeveelheid in het Infolijndatabestand ontsloten eerstelijnsinformatie blijkt ook uit de toename van het aantal oproepen dat meteen door de operator beantwoord kon worden en waarvoor de zgn. back office dus niet ingeschakeld hoefde te worden. Dat steeg van 84 % in het eerste naar 93 % van het totaal aantal oproepen in het tweede werkingsjaar. Ook de toename van de gemiddelde gespreksduur van 90 naar 111 seconden kan erop wijzen dat er niet alleen meer eerstelijnsinformatie verzameld maar ook verstrekt wordt.

8.1.3 De ondersteuning van de informatie- en sensibiliseringcampagnes van de Vlaamse overheid is een kerntaak van de Vlaamse Infolijn. Zij kan het telefonisch onthaal verzorgen, als bestelpunt voor een brochure fungeren, eerstelijnsinformatie geven voor wie na de advertentie of spot meer wil weten, en over de respons van het publiek rapporteren aan de campagneverantwoordelijken. In 2000 stond de Vlaamse Infolijn in voor de ondersteuning van 29 campagnes (tegenover 23 in het eerste werkingsjaar). Voor 2001 wordt een verdere stijging van het aantal ondersteunde campagnes verwacht.

De ondersteuning van campagnes is om ook nog een andere reden van strategisch belang voor de uitbouw van de Vlaamse Infolijn. Naar

aanleiding van een campagne wordt immers extra werk gemaakt van de zo gebruiksvriendelijk mogelijke ontsluiting van alle informatie in verband met het campagne-onderwerp, en het gaat daarbij telkens om onderwerpen waarover bij veel mensen vragen leven, van onroerende voorheffing tot mazouttanks. Maar door voor die ene campagne samen te werken met de redacteurs van de Vlaamse Infolijn, leren de contactpersonen bij de dienst die informatie aanleveren, deze informatie ook op een meer vraaggestuurde wijze samenstellen en structureren. Het leereffect van campagnes voor de andere materies is dus groot, niet alleen voor de mensen van de Infolijn zelf, maar ook - en vooral zelfs - voor hun informatieleveranciers.

Tijdens de avond en nacht na de gemeenteraadsverkiezingen van 8 oktober 2000 kon men de Vlaamse Infolijn opbellen voor de meest recente resultaten. De Vlamingen maakten massaal gebruik van deze extra dienstverlening: de Infolijn kreeg niet minder dan 16.081 oproepen te verwerken. Negen op tien van deze oproepen konden digitaal beantwoord worden met zogenaamde interactive voice response, één op tien passeerde via een operator van de Infolijn. Deze telefonische dienstverlening bleef de hele tijd operationeel - in tegenstelling tot de verkiezingswebsite van de administratie Binnenlandse Aangelegenheden, die net zoals enkele commerciële verkiezingssites onderuit ging door het reusachtig aantal raadplegingen.

8.1.4 Bij de back office van de Vlaamse Infolijn ging in het tweede werkingsjaar, naast de verdere uitbouw van het informatieaanbod, de meeste aandacht uit naar de overschakeling op nieuwe programmatuur voor de ontsluiting van het informatiebestand. Na uitgebreide prospectie werd uiteindelijk gekozen voor de Amerikaanse Siebelsoftware, en de eigenlijke mutatie naar het nieuwe systeem gebeurde succesvol in juni 2001, na een voorbereidingsfase van een vol jaar.

De voordelen van het nieuw ontsluitingssysteem liggen op verschillende vlakken. Het laat vooreerst een betere ontsluiting van de informatie toe en is heel wat gebruiksvriendelijker, zodat het ook door niet-geroutineerde gebruikers ondervraagd kan worden. Dat is

van het grootste belang, aangezien het databestand van de Vlaamse Infolijn straks ook via de portaalsite van de Vlaamse overheid geraadpleegd moet kunnen worden. Het moet dan niet alleen door geschoolde operatoren maar ook door mensen zonder enige voorkennis van de systeemlogica geraadpleegd kunnen worden. De nieuwe software laat ook een makkelijker onderhoud van de informatie toe, evenals betere rapportering. Ze biedt ook een aantal CRM-mogelijkheden (Customer Relations Management), zoals bijvoorbeeld de mogelijkheid om de bestellingen van publicaties op te volgen.

De nieuwe software maakt het ten slotte mogelijk dat ook derden op een veilige manier toegang krijgen tot het databestand van de Vlaamse Infolijn om informatie aan te vullen of aan te passen. Dat is nodig om bijvoorbeeld andere besturen de mogelijkheid te geven hun informatie in het bestand in te brengen en regelmatig bij te houden. Medio 2001 start overigens een experiment waarbij tien vrijwillig meewerkende Vlaamse gemeentebesturen gekoppeld worden aan het kennissysteem van de Vlaamse Infolijn, zowel om de gegevens te kunnen raadplegen als om ze aan te vullen met gemeentelijke informatie. Het is de bedoeling op deze wijze de mogelijkheden van een samenwerking met het hele gemeentelijke niveau uit te testen.

8.1.5 Eind 2000 zette de Vlaamse regering principieel het licht op groen voor de uitbouw van geïntegreerde overheidsloketten. Ze besliste daarbij stap voor stap te werk te gaan en als belangrijke stap in de richting naar transactieloketten de realisatie van een geïntegreerd informatieloket te voorzien. Een centrale rol wordt daarbij toegekend aan de Vlaamse Infolijn, die immers nu reeds als informatieloket aan de vraagsteller (niet-dossiergebonden) inlichtingen kan verschaffen over formaliteiten die bij de verschillende overheden vervuld moeten worden om van een bepaalde dienstverlening gebruik te kunnen maken. De informatie-databank waarop de werking van de Vlaamse Infolijn gebaseerd is, moet echter niet alleen via de telefoon maar ook digitaal geraadpleegd kunnen worden. Daarom is versneld werk gemaakt van die digitale ontsluiting en van de integratie ervan in de nieuwe portaalsite

van de Vlaamse overheid die in de zomer van 2001 operationeel wordt. Zoals hierboven aangegeven is daarvoor overgestapt op nieuwe en veel meer performante software, die straks ook integratie met de informatie van andere overheden en opvolging van individuele dossiers mogelijk maakt.

8.2 Samenwerking met sectorale en thematische infolijnen

8.2.1 Sneller dan in de oorspronkelijke planning voorzien heeft de Vlaamse Infolijn zich laten inschakelen voor advies bij de uitbouw van andere informatielefoondiensten voor het grote publiek, trouwens niet alleen binnen de Vlaamse overheid, maar ook door Vlaamse steden en zelfs vanuit het buitenland. Wanneer de vraag uitgaat van diensten of instellingen van de Vlaamse overheid, is deze adviesfunctie voor wat de Vlaamse Infolijn betreft niet vrijblijvend. Het is immers steeds haar betrachting te werken in de richting van maximale synergieën met de sectorale en thematische infolijnen, om door schaalvergroting de kosten voor de Vlaamse belastingbetaler te drukken.

Doch overheidsdiensten die de uitbouw van een autonome sectorale of thematische infolijn voor ogen hebben of daar misschien zelfs al jaren daadwerkelijk over beschikken, huiveren vaak voor verregaande integratie met de Vlaamse Infolijn - hetzij uit vrees voor het verlies van hun eigen identiteit, hetzij omdat zij ervan uitgaan dat operatoren vreemd aan hun organisatie niet in staat zullen blijken om betrouwbare informatie te verstrekken. Zij houden daarbij onvoldoende rekening met de realiteit dat correcte voorlichting niet zozeer te maken heeft met de voorlichters zelf, maar vooral afhangt van degelijk gestructureerde en ontsloten informatie. Bovendien is het nooit de bedoeling dat alle vragen in de eerste lijn beantwoord worden, voor echt gespecialiseerde vragen dient hoe dan ook toch steeds doorverwezen naar de materiespecialisten. En veelal onderschatten overheidsdiensten die een eigen infotelefoon willen opstarten, schromelijk de mankracht en kosten die nodig zijn voor de uitbouw van een professioneel werkende infolijn.

Niet alleen onderschatten zij de kosten voor de zogenaamde front office, de daadwerkelijke beantwoording van de oproepen. Wat meer is, ze laten na te investeren in de uitbouw van de back office, in een degelijk gestructureerd en elektronisch ondersteund kennissysteem en de mensen die daarvoor nodig zijn.

8.2.2 Toch zijn ook het voorbije jaar op dit vlak stappen vooruit gezet. De Vlaamse Infolijn treedt nu op als front office van de Vlaamse Belastinglijn en verzorgt dus alle wegwijs- en eerstelijnsinformatie-opvang voor de onroerende voorheffing. Zij doet hetzelfde voor de Dopingfoon. Het spreekt voor zich dat het bij de Vlaamse Belastinglijn om een groot aantal behandelde oproepen gaat.

Ook de samenwerking tussen de Vlaamse Infolijn en de Infolijn Onderwijs wordt verder uitgediept. Nadat de Vlaamse Infolijn eerder al technische ondersteuning bood aan de Infolijn Onderwijs en de oproepen overnam die binnenkwamen terwijl de lijnen van Onderwijs bezet waren, neemt de Vlaamse Infolijn nu voor een proefperiode van vijf maanden (tot eind oktober 2001) de beantwoording over van alle wegwijs- en eenvoudige eerstelijnsinformatievragen van de Infolijn Onderwijs, die haar eigen nummer 0800 - 3 02 03 behoudt, en schakelt ze bij meer gespecialiseerde vragen door naar de Infolijn Onderwijs. Verder staat de Vlaamse Infolijn in voor de opvang van de oproepen bij bezettoon, tussen de middag en na openingsuren van de BIS-infolijn (Begeleid Individueel Studeren), de Taaltelefoon en het algemeen inbelnummer van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. Het telefonisch Meldpunt Milieu, waar men terecht kan met gezondheidsklachten die zouden kunnen samenhangen met milieufactoren, werkt volledig onder het beheer van de Vlaamse Infolijn, en dat geldt ook voor het bemiddelingscentrum voor doven Tele-Tolk.

8.2.3 Er zijn evenwel nog verscheidene infolijnen bij de Vlaamse overheid die volledig autonoom werken. Binnen het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap zijn dat het Euro-infocentrum, de Gecofoon, de Jo-lijn, de Rusthuis-infofoon en de Wegentelefoon. Al dient daaraan toegevoegd dat de Vlaamse

Infolijn tussen Kerstdag en Nieuwjaar, wanneer de administratieve diensten gesloten zijn, voor sommige van deze infolijnen wel de oproepen overneemt. Verder hebben ook de VDAB, Kind en Gezin en de Vlaamse Milieumaatschappij - deze laatste althans voor wat de heffingen betreft - belangrijke eigen infolijnen. En ten slotte zijn er nog drie goed ontwikkelde infolijnen die weliswaar niet door de Vlaamse overheid zelf uitgebaat worden, maar in het kader van het welzijnsbeleid uitbesteed zijn aan gespecialiseerde vzw's en gesubsidieerd worden door de Vlaamse overheid: de Aidstelefoon, de Druglijn en de Holebifoon.

8.3 Telefonische ontvangst

In het Jaarverslag 1999 is verslag uitgebracht over het Actieplan "Klant aan de lijn", waarmee de afdeling Communicatie & Ontvangst alle geleidingen van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap wilde sensibiliseren tot een betere en klantvriendelijker telefonische bereikbaarheid van de administratie. Dit actieplan is thans volledig uitgevoerd.

Maar de goede telefonische ontvangst moet een blijvend aandachtspunt voor de hele organisatie zijn. Daarom wordt in 2001 een gespecialiseerd bedrijf ingeschakeld voor de continue monitoring via steekproeven van de telefonische dienstverlening van het ministerie. Bij afdelingen die ondermaats presteren zal verder detailonderzoek uitgevoerd worden om concreter te analyseren waar en hoe exact het probleem zich stelt. Die afdelingen zullen ook een vormingspakket inzake telefoonontvangst aangeboden krijgen.

9 Institutionele communicatie

9.1 Huisstijl van de Vlaamse overheid

9.1.1 Op 17 november 2000 besliste de Vlaamse regering de door de vorige Vlaamse regering in 1998 vastgelegde basisregels voor de toepassing van de huisstijl van de Vlaamse overheid te handhaven. Deze beslissing mondde uit in een in het voorjaar van 2001 verspreide nieuwe Omzendbrief over de toepassing en het gebruik van de grafische huisstijl en het logo van de Vlaamse overheid.

De beslissing heeft vooral gevolgen voor het gebruik van de in het begin van de jaren '90 geïntroduceerde en ondertussen alom herkende gestileerde leeuw. De Vlaamse regering bevestigde immers expliciet dat de gestileerde leeuw behouden blijft als kernelement van de huisstijl. Nieuw daarbij is dat buiten de gestileerde leeuw geen andere nieuwe of al bestaande logo's, emblemen of grafische kenmerken gebruikt mogen worden door de ministers en de geledingen van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. Alleen de Vlaamse minister bevoegd voor de coördinatie van het communicatiebeleid kan uitzonderingen op dit verbod toestaan. Deze uitzonderingen kunnen enkel betrekking hebben op campagnes en projecten van de Vlaamse overheid die in de tijd beperkt zijn of een repetitief karakter hebben. Maar ook deze projectlogo's moeten de gestileerde leeuw en bij voorkeur tevens de vermelding "Vlaanderen" bevatten.

Projecten van derden waarvoor de Vlaamse overheid de subsidiërende of opdrachtgevende overheid is, moeten bij elke communicatieuiting de gestileerde leeuw gebruiken, met daarbij de vermelding "met steun" of "in opdracht" van de Vlaamse overheid of de Vlaamse regering. Opvallend is dat de vermelding "met steun/in opdracht van" een individuele minister niet langer toegelaten wordt.

En ten slotte bevestigde de Vlaamse regering de al vroeger gekozen optie dat ook de Vlaamse openbare instellingen de gestileerde leeuw in

hun eigen huisstijl dienen te incorporeren. De eerlijkheid gebiedt te schrijven dat lang nog niet alle Vlaamse openbare instellingen gevolg gegeven hebben aan deze oorspronkelijk van 1998 daterende instructie van de Vlaamse regering. Nogal wat openbare instellingen, waaronder niet de kleinste, hebben er blijkbaar moeite mee zich op deze minimale wijze te positioneren als behorend tot de Vlaamse overheid. Dat dit collectief individualisme de herkenbaarheid van de Vlaamse overheid niet ten goede komt, is evident.

9.1.2 Voor het overige kunnen de bevindingen van het Jaarverslag 1999 hier bevestigd worden: de huisstijl wordt binnen het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap en de ministeriële kabinetten over het algemeen behoorlijk nageleefd. Doch de uitzonderingen blijven bestaan en zijn hardnekkig, zonder dat daar nochtans enige reden voor is. Het is de opdracht van de afdeling Communicatie en Ontvangst om alle uitzonderingen te rapporteren aan de minister-president, die immers het communicatiebeleid coördineert.

9.1.3 De informatieambtenaar herhaalt zijn pleidooi (zie ook Jaarverslag 1998, p.34) om in alle externe communicatie van de Vlaamse overheid de term "Vlaams Gewest", die bij de brede bevolking niet de minste herkenning oproept en alleen maar verwarring schept ten aanzien van de Vlaamse overheid, consequent te schrappen. Hetzelfde geldt, zij het in mindere mate, voor "Vlaamse Gemeenschap". Beide termen worden perfect vervangen door het van langsom meer ingeburgerd rakende begrip "Vlaamse overheid". De werfborden ter aankondiging van wegenwerken op snelwegen en gewestwegen zijn alvast de eerste plaatsen waar het Gewest plaats dient te maken voor de "Vlaamse overheid".

9.2 Vlaanderendag

Twee jaar nadat de eerste editie meteen al een succes was, werd op zondag 22 april 2001 de tweede Vlaanderendag georganiseerd. 53 entiteiten die tot de Vlaamse overheid behoren (kabinetten, diensten van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, openbare instellingen, Vlaams Parlement,...) zetten op 120 verschillende locaties gespreid over 53 verschillende steden en gemeenten tussen 10 en 17 uur hun deuren wijd open voor het grote publiek. De Vlaamse regering wou op deze wijze de bevolking op een ongedwongen wijze kennis laten maken met de Vlaamse overheid en haar brede waaier dienstverlening, om zo de mensen concreet te laten ervaren dat die Vlaamse overheid ook in hun eigen streek, dicht bij huis actief is.

De tweede Vlaanderendag werd een opvallend succes: er werden niet minder dan 95.311 bezoeken geteld, een stijging met 38 % ten opzichte van de bijna 70.000 bezoeken in 1999. De meest succesvolle locaties waren - niet onverwacht - de Antwerpse Zoo en het Dierenpark Planckendaal, met elk 6000 bezoekers. Andere toppers waren Domein Herckenrode in Hasselt, de waterzuiveringsinstallatie van Aquafin in Destelbergen, het Koninklijk Museum voor Schone Kunsten in Antwerpen en het ontvangstcentrum van de Vlaamse Gemeenschap Hotel Errera in Brussel. Zeven andere locaties ontvingen meer dan 2000 bezoekers, en 21 andere tussen 1000 en 2000 bezoekers. Het gemiddelde bezoekersaantal per locatie bedroeg 794 en verdubbelde daarmee zowat ten opzichte van 1999. De locaties in open lucht scoorden dit keer beduidend beter dan in 1999, toen het barslecht weer was. Vijf prestigieuze administratieve of historische gebouwen, op één na allemaal in Brussel, gingen er inzake bezoekersaantallen in absolute cijfers het meest op achteruit, maar blijven behoren tot de top-15 van de meestbezochte locaties.

Uit de bezoekersenquêtes bleek dat men meestal één tot drie locaties bezocht. Volgens een vrij betrouwbare raming zouden in 2001 ongeveer 58.000 mensen als bezoeker deelgenomen hebben aan de Vlaanderendag, tegenover een vermoedelijke 42.000 in 1999, telkens een kleine

twee derden van het totaal aantal genoteerde bezoeken. De Vlaanderendag is duidelijk een familie-evenement. Toch blijkt twee derden van de bezoekers ouder dan 40 jaar; een kwart van de bezoekers is gepensioneerd. Driekwart van de bezoekers in 2001 had niet deelgenomen aan de eerste editie van de Vlaanderendag.

Het is duidelijk dat er nog verder groeipotentieel zit in dit initiatief. En even duidelijk is het dat de Vlaanderendag voldoet aan de verwachtingen die men van een dergelijk public-relationsevenement mag verwachten. Niet alleen brengt het een ruim publiek op de been en in direct contact met de Vlaamse overheid. Maar bovendien positioneert het de Vlaamse overheid in de publieke opinie en de media als een open en klantvriendelijke overheid. Reden genoeg om aan de Vlaamse regering voor te stellen de Vlaanderendag met een vaste regemaat, bijvoorbeeld om de twee jaar, te blijven organiseren.

10 Communicatie-initiatieven voor Brussel en de Vlaamse Rand

Ook dit Jaarverslag besteedt aandacht aan de bijzondere communicatie-initiatieven ten behoeve van twee prioritaire doelgroepen van de Vlaamse regering: de Brusselse Vlamingen en de inwoners van de Vlaamse Rand rond Brussel.

10.1 Brussel

De beleidsnota Brusselse Aangelegenheden 2000-2004 en de Beleidsbrief 2000 formuleren een krachtig informatie- en promotiebeleid als een prioritaire doelstelling. Die communicatiestrategie heeft grosso modo een tweeledig doel. Enerzijds wil ze ingaan tegen het eerder negatief imago van Brussel in Vlaanderen. Anderzijds wil ze de Brusselse Vlamingen op een meer zichtbare en herkenbare wijze profileren binnen de hoofdstad. Topprioriteit daarbij is de Vlaams-Brusselse netwerken beter op elkaar af te stemmen en beter te doen samenwerken, zodat meer eenheid en een gezamenlijk netwerkprofiel ontstaan. De vaak anderstalige gebruikers van die instellingen moeten weten dat de kwalitatieve dienstverlening mogelijk gemaakt wordt door de Vlaamse overheid en de Vlaamse Gemeenschapscommissie. Het communicatiebeleid wordt vormgegeven door een aantal structurele initiatieven, enkele publicaties en een aantal "klassieke" mediacampagnes.

10.1.1 Sinds eind 2000 is de vzw Onthaal en Promotie Brussel (OPB) - structureel gesubsidieerd door de Vlaamse overheid - actief. Het is de erfgenaam van het vroegere Contact- en Cultuurcentrum. Deze nieuwe vereniging wil op een actieve en toekomstgerichte wijze het Vlaams-Brusselse netwerk promoten naar Vlaanderen, de Vlaamse Brusselaars en de anderstalige inwoners van Brussel. Vzw OPB wil onthaal- en promotieactiviteiten ter bevordering van de relatie tussen Vlaanderen en Brussel uitwerken en realiseren, de relatie met de allochtone en internationale gemeenschap in Brussel bevorderen, Vlaamse festiviteiten en evenementen in Brussel promoten, en de communicatie en promotie van de Brusselse

Vlaamse culturele, welzijns- en onderwijsactoren in Vlaanderen en Brussel bevorderen. De organisatie komt stilaan op kruissnelheid en speelde de afgelopen maanden een cruciale rol bij de organisatie van de Dag van de Vlaamse student in Brussel, de vernieuwde 11 juli-viering en de promotie van de (Vlaams)-Brusselse zomerfestivals.

Een belangrijk instrument in de Vlaamse communicatiestrategie zijn de twee complementaire uitgaven van vzw De Stadskrant: *Brussel Deze Week* en *Tram 81*. Het Nederlandstalige weekblad *Brussel Deze Week* richt zich tot de Nederlandstalige Brusselaars en alle geïnteresseerde lezers, heeft ondertussen een lange traditie opgebouwd, en wordt verspreid per post-abonnement op basis van een geactualiseerd adressenbestand. Het meertalige maandblad *Tram 81* daarentegen kwam voor het eerst in maart 1999 uit. Naast Nederlandstalige bevat het blad ook Franstalige en Engelstalige artikels. Het verschijnt tien keer per jaar op ongeveer 400.000 exemplaren (huis-aan-huis) en richt zich tot de hele Brusselse bevolking. Beide periodieken hebben aandacht voor alle aspecten van de grootstad Brussel, maar leggen toch de nadruk op het leven van de Vlaamse Brusselaars. Uit een publieksonderzoek van het onderzoeksbureau Dimarso van januari 2000 blijkt dat *Brussel deze Week* grosso modo goed zit: kwaliteitsjournalistiek wordt gecombineerd met een grote toegankelijkheid. Bij de huidige invulling van *Tram 81* daarentegen worden door het onderzoek heel wat vragen gesteld. Hier dringt zich een dringende conceptuele en inhoudelijke verbetering op. De toekomst van *Tram 81* staat dan ook ter discussie.

Ook de regionale zender TV-Brussel is een belangrijk informatiekanaal voor de Vlaamse Brusselaars. In het voorjaar van 2001 maakte deze zender het voorwerp uit van een kwalitatief en kwantitatief onderzoek. De voorlopige resultaten zijn eerder gunstig voor de stadszender. Wel is er nood aan een communicatiecampagne rond de zender, is er vraag naar

"meer cultuur" in de brede zin van het woord en is er kritiek op de huisstijl (of het ontbreken daarvan) en het compilatieprogramma van zaterdag op TV1. De definitieve resultaten van het onderzoek worden tegen eind augustus 2001 verwacht.

10.1.2 Het voorbije jaar werd een nieuwe uitgave voorbereid van de brochure *Spraakmaker*, een inventaris van het aanbod aan taallessen Nederlands voor anderstalige volwassenen in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Het initiatief - een samenwerking tussen de Vlaamse overheid en de Vlaamse Gemeenschapscommissie - heeft als voornaamste bedoeling de intermediaire instanties een hulpmiddel te bieden in hun doorverwijsfunctie. Voor de nieuwe editie wordt de publicatie totaal vernieuwd, met nu ook aandacht voor het aanbod voor kinderen en jongeren, en voor zelfstudie via cursuspakketten. Ze verschijnt in vier versies: een ééntalig Nederlandse en drie tweetalige (Nederlands-Frans, Nederlands-Engels en Nederlands-Duits). De doelgroep wordt verruimd : niet alleen intermediairen, maar alle geïnteresseerden. De gids zal ook beschikbaar zijn op de (trouwens zelf ook totaal vernieuwde) website DigitaalBrussel (www.digitaalbrussel.be).

In het voorjaar van 2000 werden in het Vlaams secundair onderwijs 30.000 exemplaren verspreid van de informatiebrochure *Brussel, een veelkleurig mozaïek*, waarin de Vlaamse overheid haar rol in Brussel verduidelijkt. De brochure bestaat in zes taalversies. Begin 2001 werd de Vlaamse versie geactualiseerd. De brochure is ook te vinden op de website van de Vlaamse overheid. Sinds het najaar van 2000 maakt de brochure ook deel uit van het ontvangstpakket van de VGC voor nieuwe inwoners van Brussel.

10.1.3 In 2000 zette de Vlaamse overheid één nieuwe mediacampagne rond het Infocentrum Wonen in Brussel op, bestaande uit één golf in het voorjaar en één in oktober/november. Het Infocentrum is opgezet om de drempel voor Vlamingen om in Brussel te komen wonen te verlagen. De campagne was multimediaal en omvatte ook een stand op Batibouw. In het najaar werd de campagne uit-

gebreid met een folderuitdeelactie bij een aantal grote Brusselse bedrijven. Er werd ook een gerichte postfolderactie gehouden bij de laatstejaarsstudenten van de Vlaams-Brusselse hogescholen en universiteiten. Tijdens de campagnemaanden verdubbelde het aantal vragen bij het Infocentrum. De kostprijs van de totale campagne bedroeg ongeveer 16 miljoen fr. Zonder geregelde mediacampagnes leidt Wonen in Brussel een sluimerend bestaan. Daarom dient rond het Infocentrum ook in 2002 een onderhoudscampagne gevoerd.

Ondanks de actieve en vaak baanbrekende rol die heel wat Vlaamse Brusselaars spelen in het economische, culturele en sociale leven en bij stadsrenovatie, krijgen de Vlamingen in Brussel niet altijd de waardering die ze verdienen. Heel wat anderstaligen, zowel niet-Europese migranten als EU-burgers, leggen de link niet met de Vlaamse overheid wanneer zij gebruik maken van het Vlaamse aanbod in welzijn, onderwijs, cultuur, enz. De Vlamingen worden soms zelfs op een hoopje geveegd met extremisten en racisten. Om dat imago probleem aan te pakken liep van november 2000 tot juni 2001 een imagocampagne van de Vlaamse Gemeenschap naar de anderstalige Brusselaars, met een klemtoon op de Brusselaars van buitenlandse oorsprong. De eigenlijke campagne werd voorafgegaan door een kwalitatief panelonderzoek bij de doelgroepen. De voornaamste instrumenten van de 20 miljoen fr. kostende campagne waren 20m²-affiches, advertenties in de Franstalige pers en in periodieken voor anderstaligen, een radiospot op een Marokkaanse radiozender, een TV-spot op TV-Brussel en Télé-Bruxelles en een folder. Na de eerste campagnegolf werd het project bijgestuurd en uitgediept. De campagneboodschap werd intussen versterkt via een oproep ter subsidiëring van projecten die deze openheid naar de andere gemeenschappen op het terrein gestalte moet geven. In totaal werden er 26 projecten ingediend.

De realisatie van gratis openbaar vervoer voor 65-plussers in Brussel in samenwerking met het Seniorencentrum maakte een einde aan de discriminatie tussen Vlaamse en Vlaams-Brusselse senioren. Een ludieke campagne in de Brusselse media maakte het initiatief bij de doelgroep bekend.

10.2 Vlaamse Rand

Enkele reeds vroeger opgestarte initiatieven voor de Vlaamse Rand liepen het voorbij jaar door. Zo verschenen tot eind 2000 een reeks advertenties die zich richtten tot buitenlanders die in de Vlaamse Rand (of Brussel) wonen. De onthaalgids *Welkom in Vlaanderen* en de brochure *Als goede buren - Vlaanderen en de taalwetgeving* werden geactualiseerd en herdrukt. En de *Randkrant* werd verder op 145.000 exemplaren verspreid in 18 gemeenten. Aan die *Randkrant* werd in 2000, naast de extra-katern *Rand-uit*, een culturele agenda voor de betrokken gemeenten en een strippagina toegevoegd waarin oude namen en volkspreuken tot leven gebracht worden.

De vzw De Rand geeft in elk der zes facilitetengemeenten met extra financiële middelen van de Vlaamse overheid een maandelijks gemeenschapskrant uit, met informatie over niet alleen het gemeenschapscentrum maar ook het maatschappelijk, sociaal-cultureel en politiek leven in de gemeenten, en over de acties en het beleid van de provincie Vlaams-Brabant, vzw De Rand en de Vlaamse overheid. Sinds december 2000 geeft de vzw ook een tweemaandelijks gemeenschapskrant uit in Drogenbos onder de naam *De Kaaskrabbers*. In Drogenbos beschikt de vzw voorlopig nog niet over een gemeenschapscentrum.

Om buitenlandse journalisten, anderstalige wetenschappers en andere geïnteresseerden inzicht te verschaffen in de taalverhoudingen in ons land, werd de studie *Taal en Politiek* van Els Witte en Harry Van Velthoven, in samenwerking tussen uitgever VUB Press en de Vlaamse overheid, naast de Nederlandse editie ook uitgegeven in het Frans, Engels en Duits. Het boek schetst de historische evolutie en de verschillende fasen van de complexe taalwetgeving in België vanuit sociaal-politieke en culturele invalshoek.

Op initiatief van de Vlaamse overheid werden drie tv-reportages gemaakt over het beleid van de Vlaamse regering in de Vlaamse Rand. Ze werden uitgezonden op de regionale zenders Ring TV en ROB.

11 Educatief project "De kracht van je stem"

Het educatieve project "De kracht van je stem" neemt een wat aparte plaats in het Jaarverslag van de informatieambtenaar in, dat schreef het vorige Jaarverslag al met zoveel woorden. Onderwijs heeft inderdaad niet zoveel te maken met overheidscommunicatie in de enge zin. Maar omdat gevormde kritische burgers de beste voedingsbodem zijn voor volwassen overheidscommunicatie, is een korte bespreking van dit educatief project toch aangewezen. Gedurende vier jaar stelde de Vlaamse overheid vanuit het centrale communicatiebudget een krediet ter beschikking voor de realisatie ervan en droeg Onderwijs bij via de detachering van een leerkracht. In 2001 wordt het project in zijn geheel bekostigd uit het onderwijsbudget. "De kracht van je stem" wil leerlingen in het lager en secundair onderwijs kennis, inzichten, vaardigheden en attitudes bijbrengen die hen in staat stellen om als kritisch individu en burger te handelen in onze democratische rechtsstaat. Voor een uitgebreidere voorstelling van het binnen de Vlaamse Onderwijsraad gerealiseerde project kan verwezen worden naar het Jaarverslag 1999 (p.44).

11.1 In de voorbije jaren realiseerde "De kracht van je stem" didactisch materiaal voor de derde graad algemeen, kunst- en technisch secundair onderwijs, de tweede, derde en vierde graad van het beroepssecundair onderwijs, en de derde graad basisonderwijs. Voor alle leeftijdsgroepen wordt dezelfde opdeling in modules toegepast: mensenrechten en kinderrechten, democratie en rechtsstaat, verkiezingen en partijen, en overheden en instellingen. Maar de eigenlijke verwerking van het materiaal is volledig aangepast aan de onderscheiden niveaus en richtingen. Telkens is ook een handleiding voor de leraar uitgewerkt, over alle niveaus heen is een informatiemap gemaakt voor alle leraren die met "De kracht van je stem" willen werken. Een gelijknamige cd-rom richt zich weliswaar in de eerste plaats tot de leerlingen van de derde graad secundair onderwijs, maar kan evengoed nuttig gebruikt worden door ouders en jongere leerlingen. Van al dit

materiaal is een gratis exemplaar bezorgd aan alle Vlaamse scholen die actief zijn op het desbetreffende niveau. Verdere exemplaren worden aan zeer lage prijs te koop aangeboden, hooguit de technische kostprijs wordt aangerekend.

11.2 Het voorbije jaar is dit aanbod vervolledigd met didactisch materiaal voor twee nog niet bediende onderwijsniveaus. In 2000 is bij alle scholen een doodoos met vier spelelementen bekendgemaakt. Deze doodoos is bestemd voor de eerste graad van het secundair onderwijs. Hij is ontwikkeld in samenwerking met het Centrum voor Informatieve Spelen (CIS), dat de onderwerpen in spelvorm verwerkt heeft. En tegen het eind van het schooljaar 2000-2001 was ook het didactisch materiaal voor de tweede graad algemeen, kunst- en technisch secundair onderwijs ter beschikking. Het gaat om een losbladige map met opdrachten die gebaseerd zijn op een speciaal voor dit project ontwikkelde science-fictionstrip van Sander Vos. Op deze wijze is er thans aangepast didactisch materiaal ter beschikking voor de derde graad van het basisonderwijs en voor alle niveaus en richtingen van het gewoon secundair onderwijs.

11.3 Toch is de centrale werkgroep die het educatief project begeleidt, ervan overtuigd dat er ook nog op andere vlakken nood is aan de ontwikkeling van een educatief aanbod inzake burgerschapsvorming. Daarom schuift hij voor het werkjaar 2001-2002 de voorbereiding van didactisch materiaal voor het buitengewoon secundair onderwijs, het deeltijds beroepssecundair onderwijs en de basiseducatie als prioriteit naar voren. Uit verkennende gesprekken is gebleken dat het mogelijk en zelfs aangewezen is om voor deze drie doelgroepen een gezamenlijk aanbod uit te werken, en in de sector zelf blijkt het enthousiasme om hieraan mee te werken behoorlijk groot. Ook het Vlaams Instituut voor Basiseducatie is sterk geïnteresseerd.

Eerste besprekingen hebben uitgewezen dat de klemtoon misschien minder dan bij de andere ontwikkelingsgroepen gelegd zal moeten worden op de realisatie van kant en klaar didactisch materiaal, en meer op de ontwikkeling van een educatief traject dat focust op vaardigheidstraining, en de begeleiding van de lesgevers in dit verband. Een gespecialiseerde website lijkt hiervoor het beste instrument en maakt volledige interactiviteit mogelijk. De ontwikkeling van deze website is dan ook de tweede prioriteit voor het nieuwe werkjaar. Temeer omdat daarmee kostbare ervaring opgedaan kan worden voor de verhoopte uitbouw van een ruimere website voor alle leraren en andere begeleiders die met "De kracht van je stem" werken. Dat is een toekomstdroom waar de projectverantwoordelijken al langer mee lopen.

12 Wetenschappelijk onderzoek

In het kader van het door de Vlaamse regering opgezette programma Beleidsgericht Onderzoek liep het voorbije jaar één onderzoeksproject dat direct aansluit bij het communicatiebeleid van de Vlaamse regering, nl. "Overheid en doelgroepencommunicatie". De andere studie waarnaar werd verwezen in het Jaarverslag 1999, een vergelijkende studie over het voorlichtingsbeleid in enkele West-Europese landen, werd medio 2000 afgerond. De resultaten van dit onderzoek, en met name de informatie over de structurering van de rijksvoorlichting in Nederland, konden ondertussen reeds naar aanleiding van de reorganisatie van de Vlaamse overheidsadministratie gevaloriseerd worden bij de invulling van het horizontale beleidsveld communicatie.

12.1 Doelgroepencommunicatie

Het project "Overheid en doelgroepencommunicatie" is een initiatief van de Onderzoeksgroep Memori (Katholieke Hogeschool Mechelen) in samenwerking met het departement Communicatiewetenschap van de KU Leuven. Het project is opgezet om de voor de communicatie van de Vlaamse overheid relevante doelgroepen te definiëren en een instrument te ontwikkelen om die doelgroepen via een adequate mediamix beter te benaderen bij informatie- en sensibiliseringscampagnes. Het sluit direct aan bij de klemtoon op doelgroepencommunicatie die de Vlaamse regering wil leggen in haar totale mediacommunicatie.

In een eerste fase lag de klemtoon vooral op het breed in kaart brengen van de verschillende doelgroepen voor de communicatie van de Vlaamse overheid, en van de mogelijkheden om die via communicatie effectief te bereiken. Doch al vrij vlug werd de aandacht volledig toegespitst op de wellicht moeilijkst te benaderen doelgroep, namelijk de kansarmen, later nog verfijnd tot Nederlandstalige kansarmen van 16 jaar en ouder. Met het oog op een maximale praktische bruikbaarheid werd daarbij

gekozen voor een kwalitatieve onderzoeksbenadering. Eerst werden ter oriëntatie een aantal gesprekken georganiseerd met focusgroepen van bevoorrechte getuigen (personeelsleden van OCMW, huisvestingsmaatschappij, crisisopvang,...). Daarna hadden twaalf focusgesprekken met mensen uit de doelgroep zelf plaats, hetzij in vrij homogene samenstelling (alleenstaande moeders, 55+ers, jongeren), hetzij in heterogeen samengestelde groepen.

Het is de bedoeling dat de onderzoeksresultaten niet alleen verwerkt worden tot een wetenschappelijk rapport. Het onderzoek moet ook uitmonden in een praktische handleiding, en er zal initiatief genomen worden om de onderzoeksresultaten en de conclusies voor de voorlichtingspraktijk actief en interactief bekend te maken bij de communicatieverantwoordelijken van openbare besturen.

13 Aspecten van coördinatie en ondersteuning

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

13.1 Kwaliteitszorg bij folders voor het grote publiek

Elders in dit Jaarverslag (zie hoofdstuk 6.2.5, p. 28) wordt kort ingegaan op de voorbereiding van een methode om voorstellen en ontwerpen van (onderdelen van) mediacampagnes vooraf uit te testen bij mensen die behoren tot de doelgroep. Min of meer los daarvan maar parallel ermee wordt bij de cel Externe Communicatie al sinds '99 gezocht naar een methode voor meer systematische kwaliteitszorg bij de folders en brochures in grote oplagen. In samenwerking met de afdeling Zakelijke Communicatie van de Antwerpse UFSIA (dr. Luuk Van Waes) werd voor alle geïnteresseerde communicatieverantwoordelijken van de zeven departementen een informatiesessie georganiseerd waarop de zogenaamde plus-en-minmethode werd voorgesteld. Dit is een goedkope, relatief eenvoudige en zeer rendabele methode om ontwerpen van niet te omvangrijke grootpubliekpublicaties te testen bij de doelgroep. Omdat de voorgestelde methode nogal wat mensen aansprak, werd in januari 2001 een tweedaagse opleiding georganiseerd over kwaliteitszorg bij voorlichtingsfolders, toegespitst op de plus-en-minmethode. Daarbij was ook onderzoeker Menno de Jongh van de Nederlandse Universiteit Twente betrokken, die veel praktische ervaring heeft met het gebruik van deze methode bij de Nederlandse Rijksvoorlichtingsdienst.

Twaalf communicatieverantwoordelijken uit verschillende geledingen van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap en van enkele Vlaamse openbare instellingen namen aan de opleiding deel. Zij zijn intussen gewapend met de nodige vaardigheden om de plus-en-mintest uit te voeren, de resultaten van de test te be-

oordelen en aanpassingen aan de publicatie voor te stellen. Na enkele maanden blijkt echter dat de methode nog niet zo vaak werd gebruikt. Niet zozeer omdat de communicatieverantwoordelijken twijfelen aan de effectiviteit van de methode, maar wel wegens gebrek aan mankracht en te krappe timings. In veel gevallen wordt het ontwerp van de folder enkel snel en op weinig systematische wijze voorgelegd aan enkele collega's of kennissen die de doelgroep zo goed mogelijk benaderen. Uiteraard zijn de resultaten hiervan verre van representatief, en kan het gevaarlijk zijn er verregaande conclusies uit te trekken.

13.2 Distributie van folders en brochures

13.2.1 Sinds een aantal jaren verdeelt de Vlaamse overheid haar gratis publicaties via informatiezulen in gemeentehuizen en bibliotheken. Deze publicaties kunnen eveneens besteld worden via de Vlaamse Infolijn en het internet. Een in de loop van 2000 uitgevoerd onderzoek bracht aan het licht dat er een duidelijke behoefte is aan een opvolgingssysteem om de optimale kwaliteit van het aanbod in de informatiezulen te kunnen garanderen. Er wordt onderzocht in welke mate de ontwikkeling en implementatie van dergelijk systeem uitbesteed kan worden aan een externe partner. In de tweede helft van 2001 zullen de lokale contactpersonen van de infozulen in dit kader bevraagd worden naar hun mening en suggesties. Zij zijn immers mee verantwoordelijk voor het goed functioneren van dit distributiesysteem. Het feit dat een bijbestelling van infozulen geplaatst moet worden, illustreert alvast het succes ervan.

13.2.2 In haar streven naar een zo laagdrempelig en fijnmazig mogelijk netwerk voor de distributie van de Vlaamse overheidspublicaties die voor het brede publiek bestemd zijn, besliste de Vlaamse regering eind 2000 samen te gaan werken met het persdistributiebedrijf AMP voor de verspreiding van gratis folders en

brochures via krantenwinkels. Dit distributiekanaal vervangt niet de bestaande verspreidingskanalen, maar vult ze aan. Vanaf het najaar van 2001 zal een selectie van de belangrijkste voor het grote publiek bestemde folders en brochures op die manier ook verspreid worden via een 900 krantenwinkels verspreid over het hele Vlaamse land. De burgers kunnen dan een gratis folder afhalen in de winkel waar zij ook hun krant, magazine of rookgerei kopen of hun lottoformulier indienen.

13.3 Invoering van de euro

13.3.1 De definitieve introductie van de nieuwe munteenheid komt steeds dichterbij. Voorlopig is binnen de Vlaamse overheidsadministratie nog steeds de omzendbrief VR 1999/17 van het najaar 1999 voor de overgangperiode geldig. Hierin worden vooral aanwijzingen gegeven voor de verplichte dubbelvermelding van de euro naast de frank. In veel gevallen laat de naleving van deze omzendbrief echter te wensen over. De informatieambtenaar heeft de indruk dat bij velen het thema 'euro' nog niet zo hoog op de agenda staat, maar een doeltreffend en sluitend controlesysteem om de naleving van de dubbelvermelding op te volgen, is niet vanzelfsprekend. Vanaf de tweede helft van 2001 introduceert de Vlaamse overheid een omgekeerde dubbelvermelding: bedragen worden dus eerst in euro vermeld en daarachter staat tussen haakjes het bedrag in Belgische frank.

13.3.2 Ondertussen maakt de Vlaamse overheid werk van een paar externe-communicatie-initiatieven met betrekking tot de invoering van de euro. Zij houdt zich daarbij consequent aan de bevoegdheidsverdeling in dit land: de munt behoort tot de bevoegdheid van de federale overheid. Ook de primaire verantwoordelijkheid voor de bekendmaking en sensibilisering inzake de overstap naar de euro ligt dus bij de federale overheid. De Vlaamse overheid kan in haar externe communicatie derhalve alleen aanvullend optreden, namelijk waar haar eigen bevoegdheden daar aanleiding toe geven.

Ten behoeve van de Vlaamse overheidsdiensten is een overzicht opgemaakt der aandachtspunten waarmee zij rekening moeten houden bij vermelding van of verwijzing naar de euro in hun externe en interne communicatie. Deze overzichtstabel is een eenvoudig, makkelijk hanteerbaar werkinstrument dat gezien moet worden als complementair aan de bestaande omzendbrieven. Doch het meest in het oog springend initiatief wordt de inschakeling, in het najaar van 2001, van de Vlaamse Infolijn voor de beantwoording van alle vragen die mensen kunnen hebben over de euro. Zoals dit ook al succesvol gebeurde naar aanleiding van de zogenaamde millenniumbug, zal een media-campagne de bevolking attent maken op de mogelijkheid om al hun prangende vragen over de invoering van de euro en het verdwijnen van de Belgische frank beantwoord te krijgen bij de Vlaamse Infolijn.

14 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. De verantwoordelijkheid voor de communicatie over beleidsondersteuning, beleidsuitvoering en dienstverlening ligt immers in de eerste plaats bij wie inhoudelijk verantwoordelijk is voor de beleidsondersteuning, beleidsuitvoering en dienstverlening. Het overzicht dat hieronder volgt, beoogt geen enkele volledigheid. Het geeft wel een beeld van de zeer uiteenlopende accenten die de departementen leggen bij de uitbouw van hun communicatie.

14.1 Departement Coördinatie

14.1.1 Op de activiteiten van de administratie Kanselarij en Voorlichting hoeft hier niet verder ingegaan te worden. De kerntaak van een der twee afdelingen van deze administratie, de afdeling Communicatie & Ontvangst, bestaat in de realisatie van eigen communicatieproducten, maar vooral in de ondersteuning en begeleiding van de andere departementen bij hun communicatie. Haar activiteiten vormen een hoofddeel van dit Jaarverslag. Ook de afdeling Kanselarij komt, met de uitgave van de Vlaamse Codex en de communicatie van de cellen Coördinatie Brussel en Coördinatie Vlaamse Rand elders in dit Jaarverslag aan bod.

14.1.2 De administratie Buitenlands Beleid van haar kant beschikt over een aparte cel Promotie, protocol en public relations. Die verzorgt onder meer een hele reeks eigen publicaties, waaronder het promotietijdschrift *Flanders/La Flandre*. De cel ondersteunde het voorbije jaar de werking van de Werkgroep Imago Vlaanderen Internationaal (zie ook hoofdstuk 5.1, p. 21), die in opdracht van de minister-president tegen het najaar van 2001 een communicatiestrategie en -praktijk moet uitwerken om de bekendheid en het imago van

Vlaanderen in het buitenland te verbeteren. Een eerste stap was de uitbesteding van een uitgebreid imago-onderzoek over Vlaanderen bij leidinggevend en smaakmakers in een aantal landen, zowel binnen als buiten Europa. De werkgroep wordt ondersteund door een toetsingsforum waarin alle instanties die bij de Vlaamse overheid op enigerlei wijze buitenlandse activiteiten ontwikkelen - van Export Vlaanderen tot Radio Vlaanderen Internationaal - vertegenwoordigd zijn.

Grote aandacht ging ook naar de voorbereiding op communicatievlak van het Belgische Voorzitterschap van de Europese Unie in de tweede helft van 2001 en de actieve rol die Vlaanderen in dit verband wil spelen. Prioriteiten daarbij waren de verdere uitbouw van de Engelstalige website www.flanders.be, en de uitbesteding van de buitenlandse persvoorlichting naar aanleiding van de door Vlaamse ministers in het kader van het voorzitterschap georganiseerde raden en conferenties.

14.2 Departement Algemene Zaken en Financiën

14.2.1 In de loop van 2000 werd een eerste aanzet gegeven voor de promotie van de Vlaamse overheid als werkgever. Naast onderzoek naar het extern imago bij diverse doelgroepen zoals jobstudenten, verscheen ook een brochure die de Vlaamse overheid als werkgever voorstelt, was de afdeling Wervingen en Personeelsbewegingen succesvol aanwezig op een aantal jobbeurzen, en werd de eigen vacaturesite verder ontwikkeld. Via schoolpresentaties werd ook actief op zoek gegaan naar groepen potentiële werknemers voor het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. De eerste keer gebeurde dat in samenwerking met de plaatsingsdienst van de Universiteit Gent. Het aantal geïnteresseerden overtrof alle verwachtingen.

De nieuwe internetstek van de afdeling Statutaire Aangelegenheden personeel.vlaande-

ren.be/statuten werd operationeel. Hij geeft toegang tot de personeelsstatuten van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap en de Vlaamse openbare en wetenschappelijke instellingen, de omzendbrieven en dienstorders in verband met personeelsaangelegenheden, en de federale regelgeving die relevant is voor de Vlaamse overheid. En de administratie Personeelsontwikkeling ondersteunt met een raamcontract de organisatie van klantenbevragingen door het ministerie. Aan de gebruikers van de dienstverlening wordt onder de vorm van klantentevredenheidsmetingen een vorm van inspraak gegeven om de kwaliteit van die dienstverlening te verbeteren. De invulling ervan gebeurt per departement; begin 2001 startten de departementen Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur en Onderwijs met dergelijke bevraging.

14.2.2 Naast haar traditionele producten als *VRIND (Vlaamse Regionale Indicatoren)* en de ruim verspreide folder *Vlaanderen in cijfers* trad de administratie Planning en Statistiek (APS) ook via andere kanalen naar buiten. Met de studiedag "Vlaanderen gepeild" gaf de administratie de wetenschappelijke instellingen die de gegevens geanalyseerd hadden, de kans de resultaten van de jaarlijkse bevragingen over waarden, gedragingen en houdingen van de Vlamingen toe te lichten aan ambtenaren, onderzoekers en studiebureaus. APS nam ook deel aan andere initiatieven die zich tot een ruim publiek richten, zoals de Arbeidsmarktstatistiekdag en de Trefdag voor OCMW's. De administratie publiceert op zijn website vlaanderen.be/statistieken dagelijks kort nieuws met beleidsrelevant cijfermateriaal en links naar sites waar de informatie grondiger kan worden geconsulteerd. Wie op de hoogte wil blijven van statistieken met betrekking tot een specifiek domein, kan zich hiervoor via de website van APS gratis abonneren op een wekelijks e-zine.

14.2.3 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.

Het project "Anders Werken" op de derde verdieping van het Brusselse Boudewijngebouw, waar zo'n 150 personeelsleden bij betrokken zijn en waarmee de Vlaamse overheid een voortrekkersrol wil spelen inzake kantoorinnovatie en telewerken, werd op verschillende momenten ondersteund met persbekendmaking en mocht rekenen op nogal wat mediabelangstelling. En iedereen kan vanop grote afstand de bouw van het nieuw Vlaams Administratief Centrum in Hasselt volgen via de website www.vlaamshuishasselt.be, onder meer via de webcam die om de vijftien seconden een totaalbeeld van de werf doorstuurt. Men kan op de site een virtuele wandeling doorheen de maquette maken en allerhande informatie over het gebouw vinden.

14.3 Departement Wetenschap, Innovatie en Media

14.3.1 Naast de jaarlijks terugkerende acties in het kader van de wetenschapspopularisering (met de Wetenschapsweek, het Wetenschapsfeest en de campagne *Durf Innoveren*) was de wereldtentoonstelling in Hannover de meest opvallende communicatieopdracht van de administratie Wetenschap en Innovatie. Deze administratie was verantwoordelijk voor de Vlaamse stand (550 m²) in het Belgisch Paviljoen. De stand werd opgebouwd rond het thema *Spirit of Flanders* en lokte ruim 1,8 miljoen bezoekers. In het kader van de Vlaamse aanwezigheid in Hannover werden ook een aantal randactiviteiten opgezet: Vlaamse Dagen, een Vlaamse gastronomische week, een bezoek van 100 door 16 Vlaamse media geselecteerde jongeren aan de wereldtentoonstelling, en een persbezoek met zowat 40 Vlaamse journalisten.

14.3.2 De administratie Media maakte werk van de uitbouw van haar internetsite www.vlaanderen.be/media en publiceerde, zowel in gedrukte vorm als via het internet, de officieuze bundeling van de Vlaamse radio- en televisiedecreten. Zij werkte mee aan het ICT-symposium over e-government van het Vlaams Instituut voor Overheidsmanagement.

14.4 Departement Onderwijs

14.4.1 Van alle departementen heeft het departement Onderwijs de meest gecentraliseerde aanpak van de communicatie. Eén afdeling, de afdeling Informatie en Documentatie, is exclusief belast met de planning en totale organisatie van de communicatie voor het hele departement, het beheer en de uitbouw van het departementaal internet/intranet en de uitbating van de Infolijn Onderwijs. Deze afdeling (met inbegrip van bibliotheek, Infolijn Onderwijs en *Schooldirect*) beschikt hiervoor over 35 personeelsleden (30 FTE's).

Nochtans worden de drie versies van het tijdschrift *Klasse* (Klasse voor Leerkrachten, Klasse voor Ouders, en Klasse voor Jongeren) verzorgd door een autonome redactie, los van de afdeling Informatie en Documentatie. Deze tijdschriften vertegenwoordigen trouwens een zeer groot deel van het communicatiebudget van Onderwijs (59,6 miljoen fr., tegenover 24,7 miljoen voor de door de afdeling Informatie en Documentatie verzorgde campagnes en publicaties). De drie *Klasses* slagen erin de verschillende doelgroepen te informeren, hun betrokkenheid te vergroten en de dialoog over onderwijs te voeden. Ze zijn het medium bij uitstek geworden om op een gerichte manier de specifieke onderwijsdoelgroepen te bereiken.

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 en efficiënt mogelijke externe communicatie te komen, overleggen deze actoren wekelijks over communicatie-initiatieven.

14.4.2 De tendensen die in het Jaarverslag 1999 gesignaleerd werden, zijn in 2000 verder bevestigd: het aantal publicaties van het departement en de oplage ervan nam verder toe. Ook het aantal informatie-evenementen (informatiedagen, studiedagen, 'rondes van Vlaanderen', beurzen, werkbezoeken,...) dat georganiseerd werd of waaraan deelgenomen moest worden, steeg. In het najaar van 2000 stelden de administraties Basis- en Secundair Onderwijs samen met de Onderwijsminister

aan alle directies gewoon en buitengewoon basis- en secundair onderwijs de beleidsprioriteiten onderwijs voor. Ze deden dit in een 20-tal sessies verspreid over de verschillende provincies. In deze sessies kregen de directies ruimschoots de tijd om hun vragen te stellen en suggesties te doen. Dat er met deze suggesties terdege rekening gehouden wordt, blijkt uit de creatie van *Schooldirect* (zie verder).

Belangrijkste beleidsthema's voor de externe communicatie van het departement Onderwijs bleven de vereenvoudiging van de regelgeving, maatregelen om het lerarenberoep aantrekkelijker te maken, de herwaardering van technisch en beroepssecundair onderwijs, nieuwe media in het onderwijs, de uitvoering van de goedgekeurde hervormingen (zoals Centra voor Leerlingenbegeleiding en vervangingspool) en de bekendmaking van nieuwe initiatieven zoals het experiment modularisering. Nieuw beleidsthema was de voorbereiding van het Belgisch voorzitterschap van de Europese Unie.

14.4.3 De nieuwe media worden ingeschakeld om snel en efficiënt te kunnen communiceren met het onderwijsveld en het grote publiek. De rol van schooldirecties bij de uitbouw van kwaliteitsvol onderwijs kan niet overschat worden. Uit de informatiesessies met de schooldirecties bleek dat zij snel en accuraat geïnformeerd willen worden over nieuwe plannen, over nieuwe wetten en omzendbrieven, over evoluties in het onderwijsmanagement ... Om aan deze behoefte tegemoet te komen werd de elektronische nieuwsbrief *Schooldirect* gecreëerd. Alle directeurs en onderdirecteurs leerplichtonderwijs kregen een gratis e-mailadres. Zo kunnen ze *Schooldirect* ontvangen en met hun collega's corresponderen. De *Schooldirect*-website (schooldirect.vlaanderen.be) bevat een wekelijkse nieuwsbrief op woensdag met een overzicht van nieuws dat schooldirecties rechtstreeks aanbelangt, een kalender waarin evenementen worden aangekondigd die zich specifiek richten naar schooldirecties, de rubriek "Onderwijs op het web" waarin men algemene niet-tijdsgebonden informatie terugvindt, en adressen. Deze informatie kan door elke geïnteresseerde bekeken worden. Enkel schooldirecties hebben echter toegang tot het forum waarin directies en overheid discussiepunten, vragen en problemen op tafel kunnen leggen en

rechtstreeks overleggen. Er kan ook gereageerd worden op boeiende voorbeelden uit de directiepraktijk.

Het onderwijsaanbod in Vlaanderen is beschikbaar op het internet. Ondertussen werden alle niveaus (behalve het deeltijds beroepssecundair onderwijs) ontsloten. Door het onderwijsaanbod op het internet aan te bieden kan eenieder 24 uren op 24 de adressen en het onderwijsaanbod van alle scholen (of een selectie eruit, bijvoorbeeld per gemeente, arrondissement of provincie of per studierichting) raadplegen. De kernmodule Edulex waarbij onderwijswetgeving en -omzendbrieven gebruiksvriendelijk ontsloten worden is klaar. Zowel de onderwijswereld als de burger kunnen gericht zoeken en navigeren in de toch wel heel omvangrijke en ingewikkelde onderwijsregelgeving.

Het departement Onderwijs heeft net als de overige geledingen van de Vlaamse overheid de voordelen van de nieuwe media ontdekt: klanten kunnen via het internet sneller en juister geïnformeerd worden. Er is echter een grote "maar", die ook het departement Onderwijs al aan de lijve ondervond: een en ander is sterk afhankelijk van een betrouwbare en snelle informaticapartner. Zowel *Schooldirect* als Edulex bleven echter kampen met technische problemen, zodat sommige onderdelen van *Schooldirect* (forum en persoonlijke post) nog niet werken en Edulex bij het afsluiten van dit Jaarverslag nog niet on line was.

14.4.4 Meer en meer klanten ontdekken de Infolijn Onderwijs. Net zoals in 1999 waren er in 2000 meer telefonische oproepen dan de Infolijn Onderwijs kon beantwoorden, nl. 36.010. De Infolijn Onderwijs beantwoordde hiervan 22.185 oproepen (een stijging met 24 % in vergelijking met 1999), 8006 oproepen werden door de Vlaamse Infolijn beantwoord, en bij de rest van de oproepen haakte de klant af. Ook het aantal mails neemt toe, tot 2523 in 2000 tegenover 1440 in 1999, terwijl het aantal brieven en faxen zachtjes afneemt. Van die mails beantwoordde de Infolijn Onderwijs er 1319 zelf, de rest werd naar de afdelingen doorgestuurd. De antwoordtermijn voor de mails die de Infolijn Onderwijs zelf beantwoordt, is heel kort: 95,8 % van de mails worden de dag

zelf beantwoord. Omdat in 2001 het aantal oproepen en mails verder stijgt, werden in mei 2001 nieuwe werkafspraken met de Vlaamse Infolijn gemaakt. Tijdens de piekperiode (juni-oktober) fungeert de Vlaamse Infolijn als front office voor de Infolijn Onderwijs; zij neemt dus de telefonische oproepen aan en beantwoordt de (eenvoudige) vragen. De Infolijn Onderwijs fungeert als back-office, zij beantwoordt dus de vragen waarop de Vlaamse Infolijn het antwoord niet weet, en beantwoordt alle mails. Eind oktober 2001 wordt de nieuwe werkwijze geëvalueerd en wordt beslist of deze werkwijze uitgebreid wordt tot het hele jaar.

14.5 Departement Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur

14.5.1 De departementale opdracht-houdster externe en interne communicatie coördineert een regelmatig communicatieoverleg op het niveau van het departement. Binnen de administratie Gezin en Maatschappelijk Welzijn is er een voltijds communicatieverantwoordelijke, bij de administraties Gezondheidszorg en Cultuur niet; daar is de coördinatie van de communicatie een deeltijdse opdracht. De wijze waarop het overleg van deze mensen met de betrokken ministeriële kabinetten georganiseerd wordt, verschilt nogal: voor de sector cultuur gebeurt dit ad hoc, voor welzijn en gezondheid is er periodiek overleg in de cel communicatie - oorspronkelijk, in 2000, met ook de verwante Vlaamse openbare instellingen daarbij, vanaf 2001 was dat niet langer het geval.

14.5.2 Een belangrijke klemtoon in de werking bleef ook het voorbije jaar de uitbouw van aparte thematische deelsites voor de sectoren cultuur, welzijn en gezondheid, jeugd, en verder ook sport. In de sector cultuur werd het internet ook ingeschakeld in het kader van de beleidsvoorbereiding, met de publicatie van werk- en discussienota's. Op die wijze wou de minister het werkveld alle kans geven om (digitaal) te reageren op zijn beleidsvoornemens, en kon eenieder op de voet de evolutie van werkttekst naar voorontwerp van decreet volgen. Dezelfde zorg om interactiviteit en dialoog met

de professionelen in de sector bleek ook uit de organisatie van informatie- en discussiedagen voor cultuur en jeugd.

14.5.3 Bij welzijn en gezondheid daarentegen lag de klemtoon op de voorbereiding van een vrij groot aantal multimediale campagnes. Opvallend en potentieel ook richtinggevend voor de communicatie in andere departementen was de beslissing om nogal wat van die - veelal kleinere - campagnes niet los van elkaar aan te pakken, maar de uitwerking ervan toe te vertrouwen aan één enkel communicatiebureau, waardoor een grotere onderlinge consistentie en herkenbaarheid gegarandeerd wordt. Op die wijze zal de communicatie rond slachtofferhulp, vrijwilligerswerk, integrale jeugdhulpverlening, milieu en gezondheid enz. op een geïntegreerde wijze aangepakt worden, waarbij elk van de onderwerpen nochtans zijn eigen boodschap kan behouden. Aparte campagnes waren er wel voor de Dopinglijn en de borstkankerscreening (zowel een communicatieactie naar artsen als de publiekscampagne "Laat naar je borsten kijken"), en dan was er natuurlijk nog de spraakmakende campagne Veilig Genieten. Bij Cultuur was er de campagne Cultureel Erfgoed in samenwerking met de Vlaamse Museumvereniging, opgebouwd rond het Erfgoedweekend dat zowel de musea als bibliotheken en archieven in de kijker wil zetten.

14.6 Departement Economie, Werkgelegenheid, Binnenlandse Aangelegenheden en Landbouw

14.6.1 Elk der vier administraties van het departement Economie, Werkgelegenheid, Binnenlandse Aangelegenheden en Landbouw is autonoom verantwoordelijk voor de organisatie van de communicatie. Sturing op dit vlak op departementaal niveau was er het voorbije jaar zo goed als niet, onder meer ook doordat de departementale opdrachthouder communicatie in een andere functie bevorderd werd en communicatie tot een bijactiviteit verviel. Organisatorisch vallen trouwens weinig evoluties te melden ten opzichte van wat reeds in de Jaarverslagen 1998 en 1999 geschreven werd, met dien verstande dat ook de administratie

Binnenlandse Aangelegenheden als derde van de vier administraties thans beschikt over een voltijds communicatiemedewerker. Zij vervoegt er het kleine team ambtenaren dat reeds enkele jaren deeltijds met communicatietaken belast is.

14.6.2 Bij de administratie Landbouw ging veel aandacht naar gerichte informatievoorziening en sensibilisering, in twee richtingen trouwens. Enerzijds richting landbouwers, met een ruim informatieaanbod gaande van duurzame landbouw in het algemeen tot biologische productiewijze in het bijzonder. Anderzijds waren verscheidene publicaties erop gericht het beeld dat in brede kring over de landbouw leeft te verbeteren en op die manier bij te dragen tot een bredere maatschappelijke erkenning van de sector.

De administratie Werkgelegenheid duidde de communicatie aan als één van haar jaardoelstellingen voor 2001. De voornaamste krachtlijnen inzake externe communicatie omvatten een verbetering van de profilering van de administratie, meer aandacht voor de deelsite Werkgelegenheid, met de aanstelling van een webmaster, een vernieuwde look, een toename van het informatieaanbod en snellere updating; verder ook een eigen huisstijl voor de algemene brochure van de administraties, en de ontwikkeling van een nieuwsbrief voor de administratie. Een inhoudelijk aandachtspunt was het project Trivisi, Baanbrekend ondernemen voor mens, milieu en maatschappij.

Bij de administratie Economie was het vooral de afdeling Natuurlijke Rijkdommen en Energie die communicatie-activiteiten ontwikkelde. Er waren een aantal kleinschalige initiatieven ter stimulering van een rationeler energiegebruik, onder meer met 50 activiteiten in oktober 2000, de maand van de energiebesparing, voor een zuiniger energiegebruik in de industrie, in scholen, op kantoor, in het huishouden enz. Maar vooral was er een groot-schalige multimediale campagne "Energie - de rekening is voor u en het milieu". De eerste golf daarvan was toegespitst op de doelgroep huishoudens, met algemene thema's zoals spaarlampen, isolatie en energiezuinige koelkasten. De tweede fase focuste vooral op ener-

giezuinig bouwen en verbouwen. Parallel met deze campagne werd ook voor de bouwbeurzen een nieuwe beursstand aangemaakt, die de bezoeker op een speelse en informatieve wijze kennis laat maken met de ingrediënten voor een energiezuinige woning.

Voor de administratie Binnenlandse Aangelegenheden waren de gemeenteraadsverkiezingen van 8 oktober 2000 de grootste uitdaging op communicatievlak. Zij organiseerde hiervoor een groots opgezette communicatiecampagne, gespreid over verschillende fasen. In het voorjaar lag de klemtoon op de organisatie van een vormingsaanbod voor toekomstige kandidaat-mandatarissen en de zeer ruime bekendmaking daarvan. Dichter tegen de verkiezingen aan werden de anderstalige EU-burgers die in Vlaanderen wonen aangesproken om deel te nemen aan de verkiezingen, en was er ook een oproep aan de stemgerechtigde Vlamingen om een bewuste keuze te maken in het stembokje. Vlak tegen de verkiezingen aan, ten slotte, werden de Vlaamse Infolijn en de verkiezingswebsite van de Vlaamse overheid gepromoot als snelle informatiekanalen voor de verkiezingsresultaten. De verkiezingsite zelf werd evenwel het slachtoffer van zijn succes: door het onverwacht groot aantal oproepen was de site - net zoals overigens ook enkele commerciële sites - voor een groot deel van de verkiezingsavond en -nacht onbereikbaar. Een andere belangrijke campagne "Thuis in de stad" wou het stedelijk beleid van de Vlaamse regering ondersteunen door mensen te stimuleren om in de stad te gaan wonen.

14.6.3 Voor het eerst heeft ook de bovenbouw van het departement zich gemanifesteerd op communicatievlak. Ze deed dit in het licht van het door de Vlaamse regering aangekondigd e-governmentproject. Daartoe publiceerde ze het rapport *EWBL in e-volutie - de ambities van het departement inzake digitale dienstverlening*. Het geeft een overzicht van wat het departement met zijn vier administraties al gerealiseerd heeft op digitaal vlak en welke toekomstplannen het heeft om de klant nog vlotter en beter te bedienen via elektronische weg. Een belangrijke stap zette het departement met de uitbouw van een gemeenschappelijk klantenbestand, een structuur dus waarmee elke

klant binnen het departement nauwkeurig en eenduidig kan worden geïdentificeerd. Op die wijze hebben reeds 125.000 bedrijven, dat is zowat 95 % van het klantenbestand inzake rechtspersonen van het departement EWBL, een uniek identificatienummer gekregen. Voor de volgende fase, wanneer meer definitieve stappen gezet worden in de richting van een geïntegreerd loket voor bedrijven, moet dit uniek nummer de afhandeling van alle administratieve formaliteiten voor de bedrijven sterk vereenvoudigen en de directe communicatie met die bedrijven, en dus met de klanten van het departement, vergemakkelijken.

14.7 Departement Leefmilieu en Infrastructuur

14.7.1 Het departement Leefmilieu en Infrastructuur (LIN) wil via de éénloketgedachte de communicatie met de bevolking verbeteren. Het loket 'Ondernemen in Vlaanderen' (www.ondernemen.vlaanderen.be) is een eerste stap in die richting en is het voorbije jaar samen met verschillende participanten grondig uitgebreid. Ondernemers komen er alles te weten over de vergunningen die nodig zijn om een bedrijf te starten of uit te breiden. Ook de website van de administratie Waterwegen en Zeewezen (www.awz.be) werd sterk uitgebreid. De aanbestedingen en publicaties van AWZ kunnen er opgevraagd worden, naast de reeds bestaande scheepvaartberichten voor de binnenvaart worden nu ook de berichten aan de zeevarenden opgenomen, en de getijtafels kunnen er worden gedownload. In het domein 'mobiliteit' startte een nieuwe website wegen.vlaanderen.be met organisatorische en inhoudelijke informatie over infrastructuur en mobiliteit. Wie informatie wil over hinder door wegwerkzaamheden, files, duur van de hinder en alternatieve routes, kan terecht op de verkeersinfosite. Er is ook hard gewerkt aan de website 'Wonen in Vlaanderen'. De website kon door informaticaproblemen evenwel nog niet operationeel worden. De koepelsite Leefmilieu-informatie Vlaanderen (www.mina.vlaanderen.be) bevat uitgebreide informatie over de kwaliteit van het leefmilieu, wetenschappelijke projecten rond natuur en milieu, ontwikkelingen binnen het beleid, wet-

geving, bibliotheken, databanken, adressen, enz. De site werd aangevuld met een aantal nieuwe onderwerpen.

14.7.2 Binnen het departement LIN werden het voorbije jaar enkele opvallende nieuwsbrieven opgestart. Zo onder meer de *Nieuwsbrief Langetermijnvisie Schelde-estuarium*. Dit project beoogde de ontwikkeling van een integrale visie waarbij veiligheid (tegen overstromingen), toegankelijkheid (van de Scheldehavens) en natuurlijkheid (van het fysische en ecologische systeem) centraal stonden in het uittekenen van een toekomstvisie voor het estuarium. Alle betrokken sectoren werden van het studieproject, dat een belangrijke maatschappelijke impact op economie en milieu heeft, op de hoogte gehouden met nieuwsbrieven en informatie op het internet. Nadat de langetermijnvisie definitief vastgelegd was door de Technische Scheldec commissie, vonden in het voorjaar van 2001 in Vlaanderen maatschappelijke en politieke debatten plaats. Een geslaagde Nederlands-Vlaamse primeur van samenwerking en communicatie.

De nieuwsbrief *Antwerpen Mobiel* licht de verschillende mobiliteitsprojecten toe die ontwikkeld worden binnen het gelijknamige samenwerkingsverband dat de Vlaamse overheid, de stad Antwerpen, De Lijn en de NMBS bundelt. Antwerpen Mobiel is actief op het terrein van de mobiliteit in de stad Antwerpen en wenst een gecoördineerde communicatie te voeren naar de verschillende doelgroepen.

Nieuws inzake milieubeleidsplanning, achtergrondinformatie, een internationale agenda en talloze links worden sinds eind 2000 via een website wereldkundig gemaakt. Een bondige samenvatting wordt via een tweemaandelijks e-zine *Globe* aan de abonnees rondgestuurd. En sinds 2000 beschikt de administratie Waterwegen en Zeewezen over een maandelijks gratis magazine *Waterspiegel*. Er verschenen al nummers over o.a. de keersluis van Beernem, de Grensmaas, de haven van Oostende, bruggen in Gent, enz.

14.7.3 Na enkele minder geslaagde pogingen om tot een meer geïntegreerd communicatiebeleid voor de hele milieusector te komen, bleek het het voorbije jaar alvast mogelijk de communicatieverantwoordelijken van alle instanties die bij de Vlaamse overheid actief zijn op milieuvlak (kabinet Leefmilieu, Aminal, Vlaamse Milieu maatschappij, OVAM en Vlaamse Landmaatschappij), opnieuw samen aan tafel te krijgen. Dit overleg leidde alvast tot enkele opvallende gemeenschappelijke projecten : gecoördineerde beursstanden op milieuvakbeurzen, de organisatie van een milieufietsroute in de Westhoek, de campagne over duurzaam watergebruik en een video over het milieubeleid in Vlaanderen.

Om de uitgebreide kennis uit onderzoek dat de milieuadministratie Aminal laat uitvoeren te ontsluiten voor externen, werd een periodieke reeks technisch-wetenschappelijke publicaties opgestart. Voorbeelden van interactieve milieucommunicatie waren de natuur- en milieu-educatieve bezoekerscentra, de organisatie van begeleide excursies in de natuur- en bosreservaten, en de organisatie van sensibiliserende doe-activiteiten voor het grote publiek, zoals de Dag van het Park en de Week van het Bos. De educatieve ploegen van de natuur- en milieu-educatieve centra 'De Helix' (53.000 bezoekers per jaar) en 'De Vroente' (23.000 bezoekers) ontwikkelden een permanent natuur- en milieu-educatief aanbod en werken tevens tijdelijke educatieve projecten uit, gericht op verschillende doelgroepen. "Groene School" is een educatief project dat milieuzorg stapsgewijs invoert bij secundaire en hogescholen. In 2000 beschikte reeds meer dan een derde van de Vlaamse secundaire scholen en ook enkele hogescholen over een door hen ondertekende Milieubeleidsverklaring. Er werd ook een werkplaatsgericht milieuzorgaanbod ontwikkeld voor BSO- en TSO-scholen, dat nu wordt uitgetest in tien pilootscholen.

Om de problematiek van de kwantiteit en kwaliteit van de waterreserves bij de bevolking aan te kaarten en de gebruikers aan te sporen tot een duurzamer gedrag, startte de afdeling Water in samenwerking met de Vlaamse Milieu maatschappij de informatie- en sensibiliseringscampagne "Water - elke druppel telt", die over

meerdere jaren gespreid wordt. De eerste fase (2000) richtte zich met een mediacampagne (tv, advertenties in kranten en tijdschriften, twee folders en een diepgaandere brochure) tot de gezinnen, die immers één derde van het watergebruik voor hun rekening nemen. In 2001 ligt het accent op de bescherming van de waterkwaliteit en is er extra aandacht voor duurzaam watergebruik bij de doelgroepen landbouw en industrie.

14.7.4 De administratie Wegen en Verkeer besteedt nogal wat aandacht aan de sensibilisering van de bevolking voor de mobiliteitsproblematiek. Jaarlijks worden afwisselend en in samenspraak met het BIVV affichecampagnes opgezet langs de gewest- en autosnelwegen. De affichecampagnes leunen aan bij de sensibiliseringsthema's die in *Uitweg*, het tweemaandelijks tijdschrift over mobiliteit, aan bod komen. Ze worden telkens ondersteund met een radiospot. Al voor de zesde maal op een rij werden de sensibiliseringsacties "Week van de Zachte Weggebruiker" en "Week van Vervoering" georganiseerd door de bovenbouw van LIN. Bij het eerste initiatief staan zachte vervoersvormen zoals het fietsgebruik en 'te voet gaan' centraal, het tweede heeft aandacht voor alle vormen van gemeenschappelijk of openbaar vervoer.

Het belang van een degelijke communicatie over wegwerkzaamheden kan niet genoeg beklemtoond worden. De administratie Wegen en Verkeer startte daarom met een werkgroep die een betere communicatie over wegwerkzaamheden in Vlaanderen moet voorbereiden. De werkgroep maakt uit welke communicatiedragers het best in staat zijn om de beoogde doelgroepen te bereiken, welke informatie verspreid moet worden en hoe lang op voorhand dit dient te gebeuren, telkens afhankelijk van het soort werken dat wordt uitgevoerd. Ook het Verkeerscentrum in Antwerpen wordt daarbij ingeschakeld.

Voor kleinere werken is een apart project 'waardering door de samenleving' opgestart. Hier is het de bedoeling om standaarden te ontwikkelen voor communicatie over kleinere eenvoudige wegwerkzaamheden en de hinder die deze teweegbrengen, om de lokale bevolking

degelijk en tijdig te informeren. De werkgroep werkte een foldersjabloon uit, waarmee de ingenieurs die wegenwerken begeleiden zelf aan de slag kunnen gaan. In het sjabloon komen dezelfde onderdelen telkens terug: de situering van de werkzaamheden, het waarom ervan, welke werken precies uitgevoerd zullen worden en wanneer ongeveer, de eventuele hinder, de opdrachtgevers en uitvoerder, en een contactpersoon voor meer informatie. Een duidelijke tekening heeft meer oog voor stedenbouw en architectuur dan voor de voor een leek onverstaaenbare technische details van het werk. Een schets van de verbeterde of veiliger omgeving na de werken kan veel goodwill creëren. Plaatselijke benamingen zijn vaak duidelijker dan officiële. De folder moet vooral ook de omwonenden in staat stellen om tijdig praktische regelingen te treffen. Samenwerking met de nutsmaatschappijen, De Lijn, de gemeente en alle betrokken partijen is dan ook onontbeerlijk. Als zich concrete hinder voordoet op een bepaald ogenblik (oprit onbereikbaar, bushalte verplaatst, watertoevoer afgesneden,...), moeten de betrokkenen tijdig worden verwittigd. Elke provinciale afdeling selecteerde één 'proefproject' waarbij de leidraad en het sjabloon werden uitgetest. De folder van de afdeling Wegen en Verkeer Limburg (werken in Gors Op Leeuw) werd het meest intensief in de werkgroep bestudeerd, en werd ook gepretest met de plus-minmethode. Uit die pretest en uit de reacties van de omwonenden achteraf blijkt dat het initiatief door het publiek alvast als heel positief wordt ervaren.

In 2000 werd een uitgebreide mediacampagne naar een internationaal doelpubliek gevoerd met betrekking tot de grote onderhoudswerken in augustus 2000 op de drukke Brusselse Grote Ring. Voor de communicatie werd een extern bureau ingeschakeld, dat ook de werken bekendmaakt die in 2001 op de Brusselse Ring gepland zijn. Ook naar aanleiding van de afbraak en heropbouw van twee bruggen op de E313 in het paasweekend van 2001 werd een hele informatiecampagne opgezet. Die was er mee verantwoordelijk voor dat het werk, ondanks de zeer grote hinder die het kon teweegbrengen, succesvol verliep.

Ecologie vormt een nieuw accent in de wegen-

communicatie: in de nazomer werden langs de Brusselse Grote Ring in het kader van een project ecologisch bermbeheer ludieke borden opgesteld en werd een informatiebrochure over het bermbeheer gepubliceerd.

14.7.5 De administratie Ondersteunende Studies en Opdrachten is het technisch studie-bureau van het departement en ondersteunt de administraties bij het uitvoeren van infrastructuurwerken. Maar het treedt ook op als expertisebureau voor externen. Daarom besteedt zij extra aandacht aan de bekendmaking en promotie van haar dienstverlening aan specifieke doelgroepen. Deze administratie bemant ook het Verkeerscentrum in Antwerpen, dat een permanente communicatie naar de media verzorgt in verband met verkeersproblemen en een betere doorstroming.

14.7.6 Bij de administratie Ruimtelijk Ordening, Huisvesting en Monumenten en Landschappen (AROHM) groeide de campagne Verzekering tegen Inkomensverlies uit tot een succes. Er werden ook verschillende instrumenten uitgewerkt om de lokale besturen te helpen bij het voeren van een kwaliteitsvol woonbeleid.

De afbraak van enkele illegaal gebouwde woningen kreeg zeer grote weerklank in de media en bij de bevolking. Mede in het licht daarvan werd een preventieve informatiecampagne opgezet naar aanleiding van de inwerkingtreding van het nieuwe Decreet Ruimtelijke Ordening. De campagneslogan 'Soepel als het kan, streng als het moet' gaf aan dat de overheid zich niet soepeler zal opstellen ten aanzien van overtredingen, maar benadrukte tegelijk de realistische aanpak. De campagne sloot ook aan bij het zogenaamde Besluit Kleine Werken. De hoofddoelstelling van de campagne was een grotere bewustwording te creëren inzake ruimtelijke ordening. Ten behoeve van de lokale besturen werden verscheidene informatiebrochures opgesteld.

De afdeling Monumenten en Landschappen publiceerde landschapsatlassen om de waardevolle landschapsstructuren beter bekend te maken en op die wijze een systematisch en

planmatig beschermingsbeleid te kunnen voeren. De Open Monumentendag lokte in 2000 een record aantal bezoekers (500.000) en had als thema 'Tijd'. In november werd de historische binnenstad van Brugge opgenomen op de lijst van het Werelderfgoed van de Unesco. Naar aanleiding daarvan ontwikkelde de afdeling een promotiecampagne in vier talen.

14.7.7 De administratie Waterwegen en Zeewezen wil een communicatiestrategie uittekenen over alle deeldomeinen heen en laat zich daarbij begeleiden door een extern bureau. Intussen zijn enkele grotere campagnes al van start gegaan, terwijl enkele informatiecampagnes rond waterwegenwerken in 2000 volledig op kruissnelheid kwamen: naast de reeds vermelde Langetermijnvisie voor het Schelde-estuarium waren dat vooral de inrichting van het overstromingsgebied Kruibeke, Bazel, Rupelmonde, de 'Levende Grensmaas', Integraal kustzonebeheer, en de communicatie over de uitbouw van een 'Groeistrand' in Oostende.

De Europese visie over het integraal waterbeleid werd vertaald in een brochure. Het Vlaams Integraal Wateroverlegcomité zorgde voor de integratie van de visies van alle participanten in het Vlaamse waterbeleid. Met Unesco Vlaanderen werd samengewerkt om de Nederlandstalige versie van de interactieve cd-rom *Het Blauwe Goud* klaar te stomen. Dit educatieve product behandelt het element water op een toegankelijke wijze en in alle mogelijke aspecten en bevat ook een luik over het Vlaamse waterbeleid. De cd-rom wordt verspreid via de boekhandels.

14.7.8 En tot slot aandacht voor een wat apart communicatieproject binnen het departement LIN. Om het nijpende tekort aan ingenieurs en technici op te vangen, werd in het voorjaar van 2001 onder meer voor laatstejaarsstudenten een recruiteringstraject ontwikkeld. Naast een doelgroepgerichte campagne in de geschreven pers namen de administraties van LIN deel aan verschillende jobbeurzen. Directe communicatie met de doelgroep scoort niet alleen, maar geeft ook een direct beeld over het werkklimaat bij de overheid.

Organisatie van de Communicatie

15 Communicatiebudget

15.1 Centraal communicatiebudget

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

15.1.1 In 2000 waren dat vooral :

- basisallocatie 12.11 (algemene en/of gemeenschappelijke manifestaties, interne en externe communicatie) : 58,1 miljoen fr. na begrotingscontrole;
- basisallocatie 12.12 (internet/intranet) : 36,7 miljoen fr.;
- basisallocatie 12.17 (Vlaamse Infolijn) : 50,4 miljoen fr.;
- basisallocatie 12.20 (informatie- en sensibiliseringscampagnes) : 216,4 miljoen fr. na begrotingscontrole.

15.1.2 In 2001 zijn er substantiële verhogingen voor verscheidene begrotingsposten :

- basisallocatie 12.11 (allerhande uitgaven in verband met algemene en/of gemeenschappelijke manifestaties, interne en externe communicatie) groeide met 11,9 miljoen tot 70 miljoen fr. (na begrotingscontrole), om de kosten voor de organisatie van de Vlaanderendag in 2001 op te vangen;
- basisallocatie 12.12 (intranet/internet) werd met 57,9 miljoen verhoogd tot 94,6 miljoen fr. (na begrotingscontrole) met het oog op de realisatie van de nieuwe portaalsite www.vlaanderen.be in 2001;
- basisallocatie 12.17 (Vlaamse Infolijn) steeg met 39,6 miljoen tot 90 miljoen fr., om de door de massale respons op de Infolijn sterk toenemende exploitatiekosten op te vangen.

Nieuwe begrotingsposten in 2001 zijn bovendien:

- basisallocatie 12.23 : een provisioneel krediet van 300 miljoen fr. voor sectorale communicatiecampagnes en -initiatieven van de Vlaamse ministers;
- basisallocatie 12.24 : een budget van 12,3 miljoen fr. om de diensten van de Vlaamse regering toegang te geven tot de digitale knipseldienst Mediargus.

Nog in 2001 is basisallocatie 12.20 voor de algemene informatie- en sensibiliseringscampagnes en de generieke ondersteuning van de communicatie met 18,4 miljoen fr. verminderd tot 198 miljoen fr. Deze vermindering houdt verband met het inschrijven van het nieuwe budget van 300 miljoen voor sectorale communicatie.

Verder dient aangestipt dat de subsidie van 7,5 miljoen fr. voor de werking van de vzw Fonds Pascal Decroos voor bijzondere journalistiek terecht overgeheveld is van het programma Communicatie en Ontvangst naar het programma Media. En er is een startsubsidie van 2 miljoen fr. ingeschreven voor de Vereniging voor Overheidscommunicatie Kortom.

15.1.3 In april 2000 besliste de Vlaamse regering tot een heroriëntatie van het centrale communicatiebudget op basisallocatie 12.20. Dit budget, waaruit in het verleden vaak geput was om sectorale mediacampagnes te financieren, werd voortaan voorbehouden voor enerzijds de financiering van de algemene of overkoepelende campagnes van de Vlaamse regering (bijv. campagnes ter bekendmaking van de algemene dienstverlening van de Vlaamse overheid, zoals de Vlaamse Infolijn), en anderzijds voor initiatieven die de campagnes en communicatie-initiatieven van de Vlaamse regering en haar ministers generiek ondersteunen, zoals bijvoorbeeld een systematische effectmeting bij campagnes of het opzetten van een distributiesysteem voor de publicaties van de Vlaamse overheid.

Het begrotingsjaar 2000 gold als overgangsjaar. Enerzijds wendde de Vlaamse regering het centrale communicatiebudget dat jaar inderdaad reeds voor het grootste deel aan voor de generieke ondersteuning van de communicatie en voor de algemene communicatiecampagnes, waaronder de communicatie in het kader van het project Kleurrijk Vlaanderen. Anderzijds beschikten verscheidene ministers en administraties dat jaar over geen of onvoldoende middelen om nochtans dringende of noodzakelijke campagnes te voeren en waren zij dus aangewezen op het centrale budget als derde betaler. Daarom werd toch nog goed een derde (75 miljoen fr.) van het totale centrale budget voorbehouden voor zeven verschillende sectorale campagnes.

In 2001 wordt het derdebetalersysteem helemaal afgeschaft. De 198 miljoen fr. centraal communicatiebudget wordt volledig aangewend voor de algemene communicatie van de Vlaamse regering en voor de generieke ondersteuning van de sectorale communicatie. Wat de algemene communicatie betreft, gaat bijzondere aandacht naar het project Kleurrijk Vlaanderen en naar de bekendmaking van de overkoepelende interactieve communicatiekanalen als Vlaamse Infolijn en portaalsite. De generieke ondersteuning heeft onder meer betrekking op de samenwerking met het nieuwsagentschap Belga en de verdere ontwikkeling van een klantvriendelijk distributiesysteem voor de publicaties van de Vlaamse overheid. Nieuwe accenten worden de ontwikkeling en systematische toepassing van zowel pretesting als effectmeting bij multimediale campagnes, en de inzet van periodieke doelgroepencommunicatie, waarbij doorgedreven gebruik gemaakt wordt van gespecialiseerde media die een meer gecibleerde benadering van de vooraf afgebakende doelgroepen mogelijk maken.

15.2 Sectorale communicatiebudgetten

15.2.1 Tegelijk met de afbouw van het derdebetalersysteem voor communicatiecampagnes besliste de Vlaamse regering in april 2000 de Vlaamse ministers te responsabiliseren met betrekking tot hun communicatiebudgetten. Voortaan moesten de Vlaamse ministers de communicatie-initiatieven die zij wensen te

ontwikkelen zelf budgetteren en hiervoor eigen budgetvoorstellen indienen met het oog op de opmaak van de begroting 2001. Tegelijk werd een horizontaal programma Communicatie ingevoerd, dat evenwel geen afbreuk doet aan de autonomie van de ministers inzake de besteding van hun communicatiebudgetten.

Bij de politieke besprekingen ter voorbereiding van de begroting 2001 besliste de Vlaamse regering, geconfronteerd met een grote toename van kredietaanvragen voor communicatie, evenwel een groot aantal van deze budgetvoorstellen voor sectorale communicatie te schrappen, en ze te vervangen door één nieuw gemeenschappelijk budget van 300 miljoen fr. ("Allerhande uitgaven i.v.m. sectorale communicatiecampagnes en -initiatieven van de Vlaamse ministers" - BA 12.23) op het programma 11.2 Communicatie & Ontvangst. Het ging om een provisioneel krediet, d.w.z. een totaalbudget dat in de loop van het begrotingsjaar met een gewone beslissing van de Vlaamse regering verdeeld kan worden over de respectieve activiteitenprogramma's van de Vlaamse ministers.

Voor de verdeling van dit budget werd in het late najaar van 2000 een rondvraag georganiseerd bij alle ministers en hun administraties, waarbij uiteraard in grote mate teruggevallen kon worden op de communicatieplannen die eerder dat jaar opgemaakt waren. Een werkgroep bestaande uit de communicatieverantwoordelijken van de ministers werkte een voorstel van verdeling uit, dat de Vlaamse regering op 27 april 2001 goedkeurde.

15.2.2 Tegelijk besliste de Vlaamse regering om vanaf de begrotingsopmaak 2002 opnieuw onverkort het principe te hanteren dat elke minister voor de communicatie-initiatieven die hij/zij plant eigen begrotingsvoorstellen moet indienen, en dat het centrale communicatiebudget enkel gebruikt wordt voor hetzij de algemene communicatie van de Vlaamse regering, hetzij voor de generieke ondersteuning van de communicatie. De bedoeling is dat ministers die hun eigen sectorale communicatiebudgetten verhoogd wensen te zien, dit dienen te compenseren binnen hun eigen activiteitenprogramma's.

16 Communicatieplanning

Het Jaarverslag 1999 ging uitgebreid in op de nieuwe, meer pragmatische aanpak van de communicatiejaarplanning. Die houdt verband met de budgettaire responsabilisering van de Vlaamse ministers voor hun sectorale communicatie. Omdat ministers nu zelf de budgetten moeten voorzien voor de communicatieactiviteiten die zij het volgende begrotingsjaar willen realiseren, hebben zij er alle belang bij om tijdig - dat wil zeggen tijdens de lente van het jaar dat eraan voorafgaat - gedetailleerd na te denken over de communicatie die zij willen voeren, hetzij eenmalig, hetzij periodiek of continu, en om deze plannen bijtijds te vertalen in budgettaire termen. Zij doen dat in samenspraak met hun administratie. De informatieambtenaar en zijn medewerkers stimuleren en begeleiden deze budgetplanning, en helpen (ruwe) mediaplannen tot stand brengen op basis waarvan het mogelijk wordt begrotingsvoorstellen voor campagnes uit te werken en maximaal te onderbouwen. Ook met het oog op de begrotingsopmaak voor 2002 heeft de informatieambtenaar op deze wijze de communicatiejaarplanning op gang getrokken en begeleid.

Essentieel voor het welslagen van de communicatieplanning is dat er tijdig en grondig nagedacht wordt over de doelstellingen en de doelgroepen van alle beleid en welke communicatie daar dan bij hoort, en dat de resultaten van dit denkwerk ook beknopt op papier gezet worden (onder meer om als basis te dienen voor bestekken en briefings). Om de kabinetten en administraties hierbij te helpen is een planningsfiche voor communicatieprojecten opgemaakt en ruim verspreid. Deze fiche geeft per project verder ook aan welke media of kanalen men wil inschakelen en welk budget nodig geacht wordt.

De eerste ervaringen met deze projectfiche en de planningsoefening waarvan zij deel uitmaakt, zijn positief. Ze bevorderen het gestructureerd nadenken over communicatienoden en -projecten op een ogenblik dat die nochtans ver

van de realisatie verwijderd liggen. En ze maken ook synergieën, waaronder de onderlinge afstemming van de vele afzonderlijke communicatie-initiatieven, makkelijker. Die afstemming is trouwens niet louter een theoretische mogelijkheid, maar kan heel concreet gevolgen hebben voor de invulling van de campagnes, zo heeft alvast de communicatiejaarplanning in het voorjaar van 2001 uitgewezen. Voor sommige verwante terreinen werd bijvoorbeeld één communicatiepartner gezocht, terwijl die inspanning vroeger versnipperd zou zijn gebeurd, en dat zou niet alleen geld moeten besparen maar ook strategisch sterkere campagnes opleveren.

17 Personeelondersteuning voor de communicatie

17.1 Centraal

Ondanks het steeds toenemende takenpakket en een sterke stijging van het aantal te behandelen dossiers - vooral inzake communicatieplanning en begeleiding van multimediale campagnes - is de cel Externe Communicatie binnen de afdeling Communicatie en Ontvangst (departement Coördinatie) niet gegroeid. Integendeel, door de niet-vervanging van een personeelslid van niveau C is zij zelfs gekrompen. Zij bestaat thans uit vijf voltijdsequivalenten op A1-niveau (adjuncten van de directeur), drie voltijdsequivalenten op C-niveau (medewerkers) en de informatieambtenaar, en moest ook het voorbije jaar nogal wat personeelsverloop ondergaan.

Reeds in zijn vorige Jaarverslag moest de informatieambtenaar erop wijzen dat deze personeelsbezetting effenaf ontoereikend is om het takenpakket naar behoren uit te voeren en tegemoet te komen aan zowel de steeds toenemende vraag naar ondersteuning en advies die de cel vanuit de departementen gesteld wordt als een aantal beslissingen van de Vlaamse regering in verband met de uitbouw van de communicatie. Uitbreiding van het personeelsbestand is wel voorzien in het nieuwe personeelsplan van de administratie Kanselarij en Voorlichting (dat nog geen rekening houdt met de reorganisatie van de Vlaamse overheidsadministratie). Dit personeelsplan is wel principieel goedgekeurd, doch het blijft wachten op de definitieve goedkeuring ervan.

17.2 In de departementen

De vaststelling uit het vorige Jaarverslag dient hier herhaald: het aantal mensen die binnen de departementen van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap belast worden met communicatietaken, blijft toenemen. Op zich is dit een uitstekende zaak. Doch een en ander gebeurt op volstrekt ongecoördineerde wijze, en de logica waarom bepaalde administraties of

afdelingen wel een communicatieambtenaar aan het werk zetten en de andere niet, ontbreekt geheel en al. De informatieambtenaar en de overige centrale communicatieverantwoordelijken worden op geen enkele wijze betrokken bij het voorzien van communicatiefuncties en de aanwerving van specialisten daarvoor. Een en ander maakt de coördinatie van de communicatie binnen het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap er niet makkelijker op.

18 Contacten en samenwerking met andere instanties

18.1 Vlaams Parlement

18.1.1 Het geregeld overleg tussen de dienst Externe Relaties van het Vlaams Parlement en de informatieambtenaar van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap is ook het voorbije jaar onverminderd voortgezet, en dat heeft verder geleid tot een vlotte samenwerking tussen Vlaams Parlement en ministerie inzake communicatie. Het ging daarbij zowel om informatie-uitwisseling als om daadwerkelijke operationele samenwerking. Het Vlaams Parlement verleende voor de tweede keer zijn medewerking aan de organisatie van de Vlaanderendag.

18.1.2 Ook de samenwerking tussen de Vlaamse Ombudsdienst bij het Vlaams Parlement en de Vlaamse Infolijn blijft vlot verlopen, met vaste afspraken over het wederzijds doorschakelen van mensen die een vraag stellen welke beter bij de andere dienst behandeld kan worden. De Vlaamse Infolijn heeft als call center trouwens de bekendmakingscampagne van de Vlaamse Ombudsdienst ondersteund. Deze campagne was mede in samenwerking met de cel externe communicatie van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap ontwikkeld.

18.2 Vlaamse openbare instellingen

Voor een status questionis 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). Die samenwerking is toegespitst op de Vlaamse Infolijn, de website www.vlaanderen.be, de centrale media-aankoop en occasionele samenwerking bij de voorbereiding van multimediale campagnes.

De cel van de informatieambtenaar startte het voorbije jaar de uitgave van een elektronische nieuwsbrief voor voorlichters, afgekort *NiVo*. Deze nieuwsbrief is bestemd voor al wie binnen

het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap en bij alle Vlaamse openbare en wetenschappelijke instellingen belast is met communicatie. Hij bevat actueel (communicatie)nieuws, nieuws over de campagnes van de Vlaamse overheid, nieuws uit de reclame- en communicatiesector, en voorziet in de mogelijkheid om te reageren op verschenen bijdragen. De frequentie van verschijnen werd bewust niet vooraf vastgelegd en blijft afhankelijk van het nieuwsaanbod. In de tijdsspanne van een jaar verschenen acht nieuwsbrieven. Door zich tot alle communicatieambtenaren bij de Vlaamse overheid te richten, kan *NiVo* uitgroeien tot een bescheiden bindmiddel tussen al deze mensen, over de vele instellingen heen.

18.3 Gemeente- en provinciebesturen

Veel lokale besturen hebben in de voorbije beleidsperiode werk gemaakt van hun communicatiebeleid. En in de nieuwe bestuursakkoorden neemt communicatie een nog prominenter plaats in. In acht op tien gemeenten is intussen, ter uitvoering van de Wet Openbaarheid van Bestuur, een informatieambtenaar actief. Die persoon werkt nochtans slechts in één op de drie gemeenten voltiids als informatieambtenaar. De meesten combineren hun voorlichtingsfunctie met activiteiten voor afdelingen zoals cultuur, bevolking of toerisme.

Overbevraging van de communicatieambtenaren is duidelijk ook op lokaal gebied nog een groot zeer. En ook de Vlaamse overheid doet een beroep op de lokale informatieambtenaren: voor de Vlaamse communicatie zijn de provinciale en gemeentelijke voorlichters belangrijke intermediairen. Omgekeerd heeft de lokale voorlichter informatie van de Vlaamse overheid nodig om zijn taak op gemeentelijk vlak helemaal waar te kunnen maken. Bovendien is er overleg nodig tussen de voorlichters van de verschillende Vlaamse bestuursniveaus, om afspraken te maken over samenwerking en de neuzen in dezelfde richting te zetten.

18.3.1 Sinds eind '99 zorgt de elektronische nieuwsbrief *Dito* voor een gebundelde en continue informatievoorziening vanuit de Vlaamse overheid naar de provinciale en gemeentelijke voorlichters. 262 gemeenten en alle provincies hebben zich intussen aangesloten. De eerste verjaardag van *Dito*, eind 2000, was een goed moment om via een enquête na te gaan in hoeverre het project aan de verwachtingen tegemoetkomt. De grote meerderheid van de bestemmingen zegt in de wekelijkse nieuwsbrief al het voor hem of haar interessante nieuws van de Vlaamse overheid terug te vinden. 4/5 van hen leest de nieuwsbrief wekelijks, bijna de helft stuurt *Dito* ook door naar inhoudelijk betrokken collega-ambtenaren. Daarmee beantwoordt de nieuwsbrief vrij goed aan zijn eerste doelstelling: de lokale communicatiepartners systematisch informeren. De 'pas-klaare artikeltjes' die *Dito* geregeld tracht mee te sturen voor opname in het gemeentelijk informatieblad, kennen echter minder succes: 70 % van de respondenten nam nog nooit zo'n artikelje over in het lokale infoblad of andere kanalen - wegens plaatsgebrek, omdat de gemeente alleen lokaal nieuws opneemt of omdat het bericht verouderd is op het moment dat het infoblad verschijnt. Dat toont dat er nood is aan duidelijker afspraken over de mate waarin de gemeentebesturen informatie van de Vlaamse overheid zouden moeten opnemen in hun eigen kanalen. Dit is een van de onderwerpen die binnenkort in het 'kerntakendebat' ter sprake kunnen komen (zie verder). Omgekeerd hebben de communicatieverantwoordelijken van de verschillende geledingen van de Vlaamse overheid nog niet vaak de reflex om de lokale informatieambtenaren aan te spreken als partners, of doen ze dit pas als de campagne al gelanceerd is.

Dito wou van bij de start ook bijdragen tot de professionalisering van de lokale informatieambtenaren. Daarom werd op de *Dito*-website een uitwisselingsforum opgezet waar lokale voorlichters zelf vragen en problemen aan bod kunnen brengen en op de door collega's aangebrachte onderwerpen kunnen ingaan. De wekelijkse nieuwsbrief vestigt telkens de aandacht op de nieuwe onderwerpen. Hoewel drie vijfden van de aangeslotenen de berichten op het forum leest, neemt maar één derde actief

deel aan de discussie, en dan nog met wisselende regelmaat. De verzuiming van tijdgebrek is ook hier weer te horen. Bovendien verkiezen een aantal bestemmingen het meer persoonlijke contact per telefoon, of de diepgaandere discussies in de collegagroepen die in de provincies bestaan.

Het *Dito*-uitwisselingsforum is het voorbije anderhalf jaar zeker voor velen een nuttig instrument geweest. Het is echter waarschijnlijk dat zijn rol op termijn wordt overgenomen door een gelijkaardig uitwisselingsforum bij Kortom, de nieuwe Vereniging voor Overheidscommunicatie. Deze beroepsvereniging richt zich tot iedereen die een communicatiefunctie vervult bij een overheid. Professionalisering, netwerkvorming en ervaringsuitwisseling zijn ook belangrijke doelen van Kortom. Op dit ogenblik zijn al 70 lokale voorlichters lid van deze beroepsvereniging.

18.3.2 Midden februari 2001 startte het Overlegforum van informatieambtenaren van de verschillende Vlaamse bestuursniveaus. Dit overlegforum is het officiële platform waar communicatieambtenaren van het lokale, provinciale en Vlaamse bestuursniveau afspraken maken over materies van gemeenschappelijk belang en over de raakvlakken tussen hun beroepsactiviteiten. Er wordt actief gezocht naar mogelijkheden om samen te werken en de communicatie van de verschillende overheden in Vlaanderen op elkaar af te stemmen. Bij de start kreeg het overlegforum van de minister van Binnenlandse Aangelegenheden het signaal dat ook adviezen van het forum in verband met regelgeving met ernst zouden worden bekeken.

Het forum bestaat uit 25 infoambtenaren: 15 lokale (3 uit elke provincie), 2 provinciale en 8 van de Vlaamse overheid (waaronder ook de Vlaamse openbare instellingen). Via *Dito* wordt telkens voor alle informatieambtenaren verslag uitgebracht van de werkzaamheden en conclusies van het overlegforum.

Het overlegforum heeft een vergaderritme van vijf keer per jaar, en kwam in de eerste helft van 2001 reeds twee keer samen. Onderwerpen die al besproken werden zijn: een evaluatie van de samenwerking tussen de verschillende Vlaamse

overheden tot nu toe (*Dito*, de Vlaamse infozuiden in gemeentehuizen en bibliotheken, de cursussen voor startende communicatieambtenaren in samenwerking met de VVSG), communicatie rond de euro, de eerste plannen voor het digitaal informatieloket en e-government, en het algemeen kader van het kerntakenoverleg.

Dit laatste onderwerp, het kerntakenoverleg, wordt in september grondiger door het forum opgenomen. Het gaat erom duidelijkheid te krijgen en afspraken te maken over de kerntaken van de drie rechtstreeks verkozen overheden in Vlaanderen. Het overlegforum wil de politieke discussie die daarover gevoerd zal worden een insteek geven over de taakverdeling inzake de overheidscommunicatie. De uitkomst van deze discussie zal ongetwijfeld richtinggevend zijn voor de toekomstige samenwerking tussen lokale, provinciale en Vlaamse voorlichters.

18.4 Federale overheid

De samenspraak over communicatiezaken met de federale overheid kreeg het voorbije jaar weinig nieuwe impulsen. De voornaamste evolutie had misschien betrekking op de goedkeuring van het Samenwerkingsakkoord tussen de federale staat en de gemeenschappen en gewesten betreffende de bouw en exploitatie van een gemeenschappelijk platform voor het e-government, met respect voor eenieders bevoegdheden.

Het overleg met de federale en andere betrokken overheidsinstanties betreffende de publiekscommunicatie omtrent de euro bleef in tegenstelling tot eerdere verwachtingen heel beperkt. Dit had onder meer te maken met de blijvende onduidelijkheid over de Europese medesubsidiëring en met de onduidelijkheid die tot juni 2001 bestond over het voortbestaan van de Federale Voorlichtingsdienst. Een en ander komt de coördinatie van de broodnodige uitgebreide overheidscommunicatie met betrekking tot de euro niet ten goede.

Het Copernicusplan voorziet de oprichting van een nieuwe dienst Externe Communicatie binnen de Kanselarij van de federale eerste minister. Het aanknopen van geregeld en bij

voorkeur structureel overleg met deze nieuwe entiteit wordt ongetwijfeld een belangrijke prioriteit voor het komende werkjaar.

18.5 Vereniging voor overheidscommunicatie Kortom

In het najaar van 2000 beslisten een aantal communicatieambtenaren, die daarbij in eigen naam optraden, tot oprichting van de vzw Vereniging voor overheidscommunicatie "Kortom". Deze vereniging wil de naar (ruwe) schatting zowat 650 communicatieambtenaren samenbrengen die bij de verschillende overheidsniveaus in Vlaanderen werkzaam zijn. Ze wil de professionalisering van deze doelgroep ondersteunen en daartoe onder meer een netwerk en forum vormen voor ontmoeting en uitwisseling. Door het creëren van een platform waar voorlichters van verschillende overheidsniveaus elkaar treffen wil zij ook de drempel voor onderlinge samenwerking en synergieën gevoelig verlagen en optreden als motor om die samenwerking te ondersteunen. Zij wil dienstverlening en belangenbehartiging in ruime zin voor overheidsvoorlichters organiseren. En ten slotte wil Kortom het strategisch belang van communicatie voor de besturen aankaarten bij beleidsverantwoordelijken, collega's uit de eigen organisatie en op het publieke forum, en werken aan een mentaliteitsverandering en cultuur van open en behoorlijk bestuur door communicatie.

Het spreekt voor zich dat de vereniging met haar doelstellingen direct aansluit op het beleidsvoornemen van de Vlaamse regering, zoals geformuleerd in het Vlaams Regeerakkoord, om een netwerk van Vlaamse en gemeentelijke voorlichtingsambtenaren uit te bouwen. Met dit netwerk wil de Vlaamse regering onder meer bijdragen tot een systematische wederzijdse informatiedoorstroming tussen gemeentelijke en Vlaamse voorlichters, komen tot een betere onderlinge afstemming van de overheidscommunicatie, en de bestaande en potentiële synergieën tussen gemeentelijke en Vlaamse overheidscommunicatie ontwikkelen. De samenwerking tussen de communicatieambtenaren van de verschillende overheidsniveaus wordt trouwens strategisch

des te belangrijker nu de Vlaamse overheid prioritair werk maakt van communicatie-initiatieven, zoals de uitbouw van e-government en het opzetten van een portaalsite voor de overheid, die staan of vallen met de samenwerking met de andere overheden.

Daarom besliste de minister-president een startsubsidie van zes miljoen fr., gelijk gespreid over drie begrotingsjaren, toe te kennen aan Kortom, en de eerste schijf van twee miljoen fr. reeds in te schrijven bij de begrotingscontrole 2001. Met deze subsidie wil de minister-president het de vereniging mogelijk maken meteen al een voltijds stafmedewerker aan te trekken voor de uitbouw van het ondersteuningsaanbod van de Kortom.

18.6 Nederlandse Rijksvoorlichting

De samenspraak tussen de centrale communicatieverantwoordelijken van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap en de Directie Toepassing Communicatietechnieken (DTC) van de Nederlandse Rijksvoorlichtingsdienst is voortgezet en gestructureerd tot een in principe halfjaarlijks overleg. Het gaat hierbij in hoofdzaak om informatieuitwisseling. Maar gezien de DTC gespecialiseerd is in coördinatie en ondersteuning betreffende materies waar ook de Vlaamse overheid in haar communicatiebeleid thans prioriteit aan geeft (zoals bijvoorbeeld de uitbouw van een Infolijn, professionalisering van multimediacampagnes, enz.), is ook deze wederzijdse uitwisseling van ervaringen en informatie heel verrijkend. Nagegaan wordt welke de mogelijkheden zijn om concreet met de Rijksvoorlichtingsdienst samen te werken voor de systematische effectmeting bij de mediacampagnes van de Vlaamse overheid.

19 Plaats van de communicatiefunctie in de vernieuwde Vlaamse administratie

De door de Vlaamse regering op de rails gezette grondige reorganisatie van de Vlaamse overheidsadministratie zal ook ingrijpende gevolgen hebben voor de organisatie van de communicatie van de Vlaamse overheid. Dat geldt niet alleen voor de diensten die centraal belast zijn met de communicatie. De uiteindelijke verantwoordelijkheid voor de communicatie over beleid en dienstverlening blijft zoals voorheen berusten bij de ministers en hun administratieve entiteiten die bevoegd zijn voor dat beleid en verantwoordelijk voor die dienstverlening. Ook zij moeten in hun nieuwe structuren dus ruimte voorzien voor de communicatiefunctie, in overeenstemming met de algemene normen van de reorganisatiefilosofie.

De informatieambtenaar brengt in herinnering dat hij reeds in zijn Jaarverslag 1999 (pp. 68-72) aanbevelingen deed in verband met de plaats van de communicatiefunctie in de vernieuwde Vlaamse administratie.

19.1 Entiteit Communicatie binnen de Diensten van de minister-president

19.1.1 Nadat de Vlaamse regering in februari 2000 de krachtlijnen goedkeurde voor een grondige reorganisatie van de Vlaamse administratie, besliste zij op 17 november 2000 tot creatie van dertien homogene beleidsdomeinen, die ondersteund zullen worden door evenveel ministeries. Het is de bedoeling dat de nieuwe structuren operationeel zijn op 1 januari 2003.

Eén van de drie ministeries die met horizontale beleidsaangelegenheden belast worden, zijn de Diensten van de minister-president. De Diensten van de minister-president worden ingedeeld in drie beleidsvelden. Naast het algemeen regeringsbeleid en de interne audit vormt ook de communicatie één van die beleidsvelden.

Op 1 juni 2001 keurde de Vlaamse regering principieel de organisatorische structuur van de Diensten van de minister-president goed. In dat verband besliste ze voor het beleidsveld communicatie twee entiteiten op te richten. Enerzijds komt er een overkoepelende beleids-ondersteunende 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 beleids-ondersteunende en uitvoeringsgerichte taken worden ondergebracht. Beide subentiteiten, zo besliste de Vlaamse regering, zullen in de loop van 2003 worden geïntegreerd tot één agentschap. Op het ogenblik dat dit Jaarverslag opgesteld wordt is nog niet beslist of het om een intern of extern verzelfstandigd agentschap zal gaan. Evenmin is er duidelijkheid over de concrete implicaties van de keuze voor een agentschap.

19.1.2 Voor wat de externe communicatie betreft, omvat de door de Vlaamse regering principieel goedgekeurde taakstelling van de toekomstige centrale entiteit Communicatie een brede waaier beleids-ondersteunende (met inbegrip van toezicht en kwaliteitsbewaking) en uitvoerende taken. De beleids-ondersteunende taken hebben betrekking op de eigenlijke beleidsvoorbereiding inzake communicatie, het opstellen van communicatie(jaar)plannen, de uitwerking van een gecoördineerd beleidskader voor Vlaamse Infolijn en e-government, de uitbouw van netwerken met communicatieverantwoordelijken en de hele communicatiesector, en het stimuleren en sturen van beleidsgericht wetenschappelijk onderzoek inzake overheidscommunicatie. Ook de uitwerking van organisatiebrede normen en codes van goede praktijk voor de verschillende vormen van Vlaamse overheidscommunicatie en de evaluatie van de effectiviteit van de externe communicatie behoren tot de beleids-ondersteunende taken.

De beleidsuitvoerende taken hebben betrekking op het algemeen communicatieadvies, de persvoorlichting, het beheer en de uitbouw van de Vlaamse Infolijn en de portaalsite www.vlaanderen.be, de multimediale campagnes en de integratie ervan met Vlaamse Infolijn en portaalsite, de organisatie van crisis- en doelgroepencommunicatie, de voorlichting van de buitenlandse pers, de netwerking met communicatieambtenaren bij de verschillende overheidsniveaus, en het beheer van allerhande communicatieproducten. Een belangrijk onderdeel van het uitvoerend werk zal bestaan uit interne adviesverlening aan de andere administratieve geledingen van de Vlaamse overheid bij de uitbouw en realisatie van hun communicatie, en concrete ondersteuning daarbij. Pas in een latere fase evenwel zal de Vlaamse regering bepalen of en in welke mate de andere ministeries (en eventueel ook extern verzelfstandigde agentschappen) verplicht zullen worden een beroep te doen op bepaalde vormen van centrale adviesverlening en ondersteuning.

19.2 Communicatie bij de nieuwe ministeries

19.2.1 Als een onderdeel van haar beslissing van 1 juni 2001 inzake de invulling van de horizontale beleidsaangelegenheden (waaronder communicatie) keurde de Vlaamse regering ook een algemeen referentiekader goed dat de uitgangspunten formuleert voor de invulling der horizontale materies. Het geeft voor het geheel van die materies in algemene termen aan welke rol weggelegd is voor respectievelijk het horizontale departement en het lijnmanagement der onderscheiden ministeries en agentschappen. Het doet dat voor elk der fasen van de hele beleidscyclus: beleidsvoorbereiding, beleidsbepaling, aansturing van de beleidsuitvoering, beleidsuitvoering, monitoring en opvolging van de beleidsuitvoering, toezicht en controle, en ten slotte beleidsevaluatie. Omdat het hier noodzakelijkerwijs om een generieke benadering gaat die voor alle horizontale materies moet gelden, zijn de concrete implicaties ervan voor de communicatie nog verre van duidelijk.

In de nieuwe aanpak wordt de maximale responsabilisering en de ruime vrijheidsgraad van het lijnmanagement sterk beklemtoond, zowel voor de verticale als voor de horizontale aspecten van het leidinggeven. De diverse entiteiten binnen de Vlaamse overheidsadministratie zijn zeer verschillend naar opdrachten, klanten, omgeving waarin ze opereren en personeelsbestand. Het is dus logisch dat die entiteiten elk op een eigen wijze vorm kunnen geven aan de horizontale materies, waaronder ook 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. Voor de concrete uitwerking en realisatie zal het lijnmanagement kunnen rekenen op afgesproken ondersteuning van managementondersteunende diensten.

Voor elk der horizontale materies, en dus ook voor communicatie, wordt een intern overlegorgaan voorzien. Het zal voorgezeten worden door de inhoudelijk bevoegde minister en verder bestaan uit gemandateerde vertegenwoordigers uit de dertien beleidsdomeinen. Binnen dit overlegorgaan zal de horizontale minister zijn of haar gesprekspartners informeren over de voorgenomen strategische beleidsmaatregelen, en zal men daarover van gedachten kunnen wisselen, wat al dan niet kan leiden tot bijsturing. Doel van het intern overleg is het nastreven van een informele consensus over de krachtlijnen van het voorgenomen beleid.

19.2.2 Nadat eerst de horizontale beleidsdomeinen aan bod kwam, wordt op het ogenblik dat de redactie van dit Jaarverslag afgesloten wordt ook de sectorale invulling van de verschillende beleidsdomeinen voorbereid. In een volgende fase worden deze voorstellen van taakstelling en organisatiestructuur ter goedkeuring voorgelegd aan de Vlaamse regering. In elk van die beleidsdomeinen dient ook de communicatiefunctie haar plaats te krijgen. Welke plaats op welk niveau dat wordt en hoe de communicatiefunctie er onderbouwd zal worden, behoort tot de autonomie van de beleidsdomeinen. Er bestaan geen algemene regels voor.

De informatieambtenaar hoopt dat dit de latere coördinatie van de communicatie van de Vlaamse overheid en het intern overleg niet zal bemoeilijken. Vanuit de bekommernis dat de communicatie ten nauwste moet aansluiten bij beleid en beleidsuitvoering, pleit hij ervoor dat elk der nieuwe departementen en agentschappen voor de organisatie van zijn communicatie een volwaardige communicatiecel (of waar aangewezen zelfs -afdeling) voorziet. Essentieel voor een professioneel communicatiemanagement is dat de communicatiecel voldoende dicht bij de leiding van het departement of agentschap zit en er rechtstreeks mee kan praten.

De informatieambtenaar pleit ervoor dat de communicatiecel binnen elk departement bestaat uit voltijds voor communicatie vrijgestelde communicatiespecialisten. Zij dient rechtstreeks te rapporteren aan de leidend ambtenaar. Binnen departementen met homogene bevoegdheidspakketten is het niet aangewezen dat elke administratie of entiteit over een aparte communicatiecel beschikt, een centralisatie van de communicatiefunctie op het niveau van het kerndepartement is aangewezen. Wordt er toch gewerkt met communicatie-antennes binnen de onderscheiden entiteiten, dan dient voorzien dat deze rapporteren aan de departementale afdeling of cel communicatie. De informatieambtenaar hoopt dat met deze aanbevelingen rekening gehouden zal worden bij de organisatorische invulling van de beleidsdomeinen.



**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

Drukkerij Beukeleirs Lier

Depotnummer

D/2001/3241/171

Uitgave

Augustus 2001