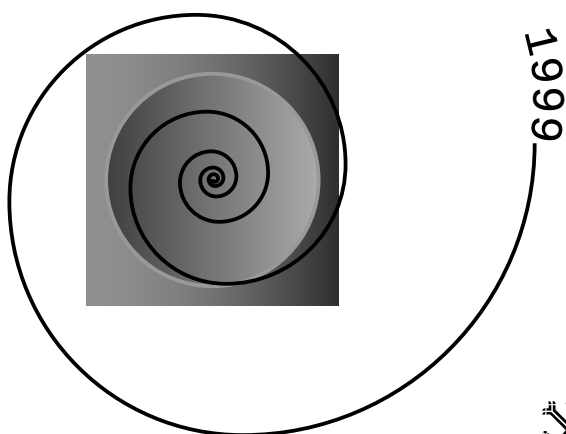


*Jaarverslag 1999
van de
informatieambtenaar*



Ministerie van de
Vlaamse Gemeenschap

Inhoud

Woord vooraf	7
Aspecten van overheidscommunicatie	8
1 Regelgeving inzake overheidscommunicatie	9
1.1 Controlecommissie voor de Verkiezingsuitgaven	9
1.2 Vlaamse controleregeling voor overheidscommunicatie	10
1.3 Gedragscode inzake communicatie voor Vlaamse ministers tijdens de sperperiode	12
1.4 Vlaamse Codex	13
2 Communicatiebeleid van de Vlaamse regering	14
2.1 Vlaams Regeerakkoord	14
2.2 Communicatie over het beleid van de nieuwe Vlaamse regering	14
2.3 Communicatiebeleid en Vlaams Parlement	15
3 Persvoorlichting van de Vlaamse regering	16
3.1 Persvoorlichting van de Vlaamse regering	16
3.2 Persreglement van de Vlaamse regering	16
3.3 Ministeriële woordvoerders	16
3.4 Verspreiding van persmededelingen	17
4 Persvoorlichting van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap	18
4.1 Verspreiding van persmededelingen	17
4.2 Ambtelijke woordvoerders	18
4.3 Spreekrecht van ambtenaren	18
5 Voorlichting van de buitenlandse pers	20
5.1 Knipselkrant Focus on Flanders	20
5.2 Werkgroep Imago Vlaanderen Internationaal	20

6	Ondersteuning en coördinatie van mediacampagnes	22
6.1	Selectie van een bureau	22
6.2	Betere bestekken	23
6.3	Samenwerking met de reclamesector	24
6.4	Beoordeling van campagnevoorstellen	25
6.5	Centrale media-aankoop	25
6.6	Geïntegreerde aanpak van campagnes	26
6.7	Toezicht op campagnes	27
6.8	Realisatie van regeringsmededelingen	27
7	Informatie- en sensibiliseringscampagnes	28
7.1	Respons op campagnes	28
7.2	Voornaamste campagnes	29
7.3	Communicatieadvies en -begeleiding bij complexe projecten	30
8	Internet	31
8.1	Koepelsite www.vlaanderen.be	31
8.2	Geïntegreerd loket	32
9	Vlaamse Infolijn en sectorale infolijnen	34
9.1	Vlaamse Infolijn	34
9.2	Sectorale infolijnen	37
10	Telefonische ontvangst	39
11	Institutionele communicatie	41
11.1	Huisstijl van de Vlaamse overheid	41
12	Communicatie-initiatieven voor Brussel en de Vlaamse Rand	42
12.1	Brussel	42
12.2	Vlaamse Rand	43

13	Educatief project “De kracht van je stem”	44
14	Wetenschappelijk onderzoek	46
14.1	Vergelijkende studie over voorlichtingsbeleid	46
14.2	Doelgroepencommunicatie	46
15	Aspecten van coördinatie en ondersteuning	47
15.1	Kwaliteitszorg bij voorlichtingsproducten	47
15.2	Distributie van publicaties	47
15.3	Invoering van de euro	48
16	Communicatie in de zeven departementen van het ministerie	49
16.1	Departement Coördinatie	49
16.2	Departement Algemene Zaken en Financiën	49
16.3	Departement Wetenschap, Innovatie en Media	50
16.4	Departement Onderwijs	50
16.5	Departement Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur	51
16.6	Departement Economie, Werkgelegenheid, Binnenlandse Aangelegenheden en Landbouw	52
16.7	Departement Leefmilieu en Infrastructuur	53
	Organisatie van de communicatie	56
17	Communicatieplanning	57
18	Communicatiebudget	59
18.1	Centraal communicatiebudget	59
18.2	Sectorale communicatiebudgetten	60
19	Interdepartementaal overleg en netwerkvorming inzake communicatie	62
20	Personeelondersteuning voor de communicatie	63
20.1	Centraal	63
20.2	In de departementen	63

21	Contacten en samenwerking met andere overheden	64
21.1	Vlaams Parlement	64
21.2	Vlaamse openbare instellingen	64
21.3	Gemeente- en provinciebesturen	65
21.4	Federale overheid	67
21.5	Nederlandse Rijksvoorlichting	68
22	Plaats van de communicatiefunctie in de vernieuwde Vlaamse administratie	68
22.1	Principes	68
22.2	Voorstel van structuur voor de communicatiefunctie	69
	<i>Bijlage</i>	
	Communicatieplan 2000-2001 van de informatieambtenaar	74

Woord vooraf

Nooit was er in de Vlaamse media zoveel belangstelling voor de overheidscommunicatie als het voorbije jaar. Het placht nochtans - tot voor kort zelfs - anders te zijn. Maar of dat mediageweld de goegemeente een betere kijk op de werking van de overheidscommunicatie bezorgd heeft, is nog maar de vraag. Want de wijze waarop de beleidsmakers en hun administraties de burger voorlichten, hem bij hun beleid betrekken en hem behandelen als hij vragen heeft, heeft doorgaans weinig met hype of controversie te maken. De opbouw van een volwassen communicatie tussen bestuur en bevolking is een werk van lange adem, het werk van veel mensen die, veelal in stilte, gaandeweg bakens proberen te verzetten. Het is vooral een kwestie van bouwen aan een nieuwe cultuur, waarin de burger ernstig genomen wordt als klant en behandeld wordt als de meebeslisser die hij in een democratische staat hoort te zijn.

Van dit gestage bouwen aan een nieuwe communicatiecultuur bij de Vlaamse overheid wil dit Jaarverslag verslag uitbrengen, onderhand al voor de zevende keer op rij. 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 beoogt geen volledigheid, wel representativiteit. Dit Jaarverslag blikt niet alleen achterom, het wijst ook enkele uitdagingen aan waar de Vlaamse regering en haar diensten de komende jaren voor staan bij hun communicatiebeleid.

Het Jaarverslag plaatst, waar nodig, kritische kanttekeningen, en overeenkomstig zijn decretale opdracht formuleert de informatieambtenaar aanbevelingen, zowel voor de beleidsmatige aanpak van de communicatie als voor de concrete realisatie ervan, centraal en binnen de departementen. Het komende jaar zal helemaal in het teken staan van de door de Vlaamse regering principieel besliste reorganisatie van de Vlaamse overheidsadministratie. Daarom is hier, in een afzonderlijk hoofdstuk 22, ook een voorstel uitgewerkt voor de communicatiefunctie binnen de nieuwe organisatiestructuur van de Vlaamse administratie.

Dit Jaarverslag overloopt de communicatie van de Vlaamse regering en haar diensten tussen het late voorjaar van 1999 en het late voorjaar van 2000. Het loopt dus verregaand parallel met het eerste werkingsjaar van de nieuwe Vlaamse regering. Alleen de cijfergegevens hebben, behoudens waar anders vermeld, betrekking op het kalenderjaar 1999.

De redactie van dit Jaarverslag is afgesloten op 30 juni 1999.

De informatieambtenaar neemt graag de gelegenheid te baat om de mensen te danken die samen met hem ploeg vormen om de externe communicatie te coördineren en begeleiden: Jan Adriaenssens, Willy Coomans, Stef Debroux, Jan De Naeyer, Tobias De Pessemier, Erik Sablon, Carine Stevens, Ulrik Van den Bergh, Patrick Vandenberghe en Marijke Vrijders. Ook projectleidster Mireille Van Pollaert en het intern projectteam van de Vlaamse Infolijn. Hun enthousiasme, inzet en efficiëntie bleken telkens weer sterker dan de administratieve, technische en andere hindernissen die deze ploeg op haar weg vond. Dank ook aan de collega's van de afdeling Communicatie & Ontvangst, heel in het bijzonder aan het nieuwe afdelingshoofd Lieve De Brabandere, met wie het prettig en efficiënt samenwerken is, en aan directeur-generaal Armand De Troyer van de administratie Kanselarij en Voorlichting. Dank ten slotte aan iedereen met wie het voorbije jaar samengezeten en -gewerkt is om de communicatie van de Vlaamse overheid stappen vooruit te laten zetten, collega's elders in het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, bij de nieuwe kabinetten, bij de Vlaamse openbare instellingen en ook buiten de Vlaamse overheid.



Francis Decoster
informatieambtenaar

Aspecten van overheidscommunicatie

1 Regelgeving inzake overheidscommunicatie

1.1 Controlecommissie voor de Verkiezingsuitgaven

1.1.1 De voorgaande Jaarverslagen van de informatieambtenaar (zie o.m. Jaarverslag 1996, pp. 27-30; Jaarverslag 1997, p. 38; Jaarverslag 1998, pp. 9-11) hebben ruime aandacht besteed aan de meer dan moeilijke verhouding tussen de Vlaamse regering en de federale Controlecommissie voor de Verkiezingsuitgaven. Reeds kort na haar aantreden besliste de nieuwe Vlaamse regering, op 27 juli 1999, vast te houden aan de principiële beslissing van de vorige Vlaamse regering om haar communicatieacties niet vooraf voor advies voor te leggen aan de federale Controlecommissie. Zij gaf er de voorkeur aan eerst de uitspraak van de Raad van State af te wachten over het beroep dat de vorige Vlaamse regering aangetekend heeft tegen de beslissing van de Controlecommissie om de kosten van twee communicatie-initiatieven van Vlaamse ministers aan te rekenen op hun verkiezingsuitgaven.

Er werd ook gewacht op het prejudicieel advies dat de Raad van State ter voorbereiding van zijn uitspraak ondertussen gevraagd had aan het Arbitragehof. Deze adviesvraag behandelde een kwestie waar de Raad van State eerst duidelijkheid over wou vooraleer hij aan de grond van de zaak toekwam : is de Raad van State wel bevoegd om beroepen tegen een veroordeling door de Controlecommissie te behandelen ? Of om het juridisch correcter te formuleren: wordt het grondwettelijke gelijkheidsbeginsel geschonden door het ontbreken van een beroepsmogelijkheid tegen een beslissing van de Controlecommissie, of door het feit dat de Raad van State niet bevoegd is om beroepen tegen beslissingen van de commissie te behandelen ? In februari 2000 kwam het Arbitragehof tot het besluit dat het ontbreken van jurisdictioneel toezicht op beslissingen van de Controlecommissie geen schending van het gelijkheidsbeginsel inhoudt. Het motiveert zijn beslissing door de scheiding der machten in te roepen. In een democratie be-

schikt het parlement over de ruimste onafhankelijkheid in de uitoefening van zijn opdracht, aldus het Arbitragehof. Om die onafhankelijkheid ten opzichte van uitvoerende en rechterlijke macht te garanderen, kan tegen beslissingen van de Controlecommissie, die uit parlementsleden bestaat, geen beroep worden ingesteld.

Hoewel dit arrest de redenering van de Vlaamse regering niet volgt, moet niet noodzakelijk besloten worden dat de Raad van State onbevoegd is ten aanzien van de beslissingen van de Controlecommissie. Het Arbitragehof heeft enkel gesteld dat de grondwettelijk gegarandeerde gelijkheid niet geschonden is indien er geen jurisdictioneel toezicht is. Het heeft de Raad van State het recht niet ontzegd een jurisdictioneel toezicht uit te oefenen. In zijn verwijzingsarresten van 20 oktober 1998 leek de Raad van State er alvast overtuigd van te zijn dat de Controlecommissie als een louter administratieve overheid optreedt en de Raad van State dus bevoegd is om uitspraak te doen over annulatieberoepen tegen beslissingen van de Controlecommissie. Het laatste woord berust nu bij de Raad van State, en het is wachten op een definitieve uitspraak over zijn bevoegdheid.

1.1.2 Nadat het arrest van het Arbitragehof bekend geworden was, concludeerde de Controlecommissie dat zij tot nader order bevoegd blijft om ook op de officiële mededelingen van de gewest- en gemeenschapsregeringen toezicht uit te oefenen. Zij besliste vier Vlaamse ministers ter verantwoording te roepen : minister-president Dewael voor de publicatie van de Vlaamse regeringsverklaring in alle Vlaamse kranten met een foto van de negen Vlaamse ministers, minister vice-president Stevaert voor een brief van De Lijn aan 65-plussers ter aankondiging van gratis bus- en tramvervoer, en de ministers Dua en Sauwens voor een artikel met foto in publicaties van resp. OVAM en Bloso. De nieuwe Vlaamse regering hield zich niet alleen consequent aan haar beslissing om geen communicatie-initiatieven voor voorafgaand advies aan de federale

Controlecommissie voor te leggen, zij week ook niet af van de ondertussen gegroeide traditie om niet in te gaan op convocatie door deze commissie. Op 2/5/2000 ontsnapten alle vier de ministers aan veroordeling door de commissie, onder meer doordat voor veroordeling een meerderheid in beide taalgroepen nodig is.

1.1.3 Ondertussen hebben de Vlaamse gemeenschapssenatoren Ludwig Caluwé, Carl Decaluwe en Ingrid van Kessel een voorstel van Bijzondere Wet ingediend om de bevoegdheid van de federale Controlecommissie voor de Verkiezingsuitgaven in te perken. Het voorstel gaat uit van de koppeling die de (in 1994 gewijzigde) wet van 4 juli 1989 maakt tussen overheidsvoorlichtingscampagnes en verkiezingsuitgaven, en maakt gebruik van de grondwettelijk voorziene mogelijkheid om kiesrechtzaken toe te vertrouwen aan de parlementen van de gewesten en gemeenschappen. De gemeenschapssenatoren stellen voor de Bijzondere Wet van 8 augustus 1980 aan te vullen met de bepaling dat de deelstaatsparlementen een controle-regeling voor de mededelingen en publicaties van hun regeringen en de leden ervan en de voorzitters van hun raden kunnen uitwerken, teneinde te vermijden dat deze ertoe zouden strekken het persoonlijk imago van de minister(s) of voorzitters te bevorderen. Deze regeling zou voor de betrokken deelstaat in de plaats komen van de wet van 4 juni 1989 en zijn regeringsleden kunnen onttrekken aan beoordeling door de federale Controlecommissie voor de Verkiezingsuitgaven. Op het ogenblik dat de redactie van dit Jaarverslag afgesloten werd, was dit voorstel van Bijzondere Wet nog niet behandeld.

1.1.4 Ook de huidige voorzitter van het Vlaams Parlement gaat er in zijn beleidsnota 1999-2004 (p.18) van uit dat het Vlaams Parlement een eigen controle op de verkiezingsuitgaven en op de mededelingen van de Vlaamse regering moet kunnen uitoefenen. Daarom is het noodzakelijk de constitutieve autonomie uit te breiden. De snelste manier waarop dat in de huidige politieke politieke constellatie kan gebeuren, is wellicht de materie aanhangig te maken bij de Costa, de Commissie voor de Staatsvernieuwing.

1.2 Vlaamse controleregeling voor overheidscommunicatie

1.2.1 In zijn Jaarverslag 1998 pleitte de informatieambtenaar andermaal voor een Vlaamse decretaal verankerde controleregeling inzake politiek misbruik van de Vlaamse overheidscommunicatie. Dit pleidooi bleef deze keer niet zonder gevolg. Als pendant voor haar beslissing om zich niet te onderwerpen aan de federale Controlecommissie voor de Verkiezingsuitgaven, gelastte de nieuwe Vlaamse regering, met een van de eerste beslissingen na haar aantreden, de informatieambtenaar om een raamwerk uit te werken voor een decretaale Vlaamse controleregeling. De Vlaamse regering besliste later dit raamwerk, dat nauw aansloot bij de principes die de informatieambtenaar bij wijze van aanbeveling in zijn Jaarverslag (pp. 12-13) geformuleerd had, in eerste instantie aan het Vlaams Parlement aan te bieden. Slechts indien het Vlaams Parlement zou afzien van eigen initiatief, zou de Vlaamse regering een ontwerpdecreet op basis van de geformuleerde principes indienen bij het Vlaams Parlement.

De voorzitter van het Vlaams Parlement trok het initiatief naar zich toe en diende een voorstel van decreet houdende de controle op de communicatie van de Vlaamse overheid in. De CVP-oppositie, met name de Vlaamse Volksvertegenwoordigers Ludwig Caluwé, John Taylor en Mieke Van Hecke, diende van haar kant een eigen voorstel van decreet houdende controle op de voorlichtings- en communicatie-initiatieven van de Vlaamse overheid in.

1.2.2 Het voorstel van decreet van Parlementsvoorzitter Norbert De Batselier creëert twee aparte controlecircuits, het ene voor de controle op de overheidscommunicatie, het andere voor de controle op de regeringsmededelingen. Met deze laatste wordt alle overheidscommunicatie bedoeld die verwijst naar de Vlaamse regering of de naam of afbeelding van een of meer van haar ministers bevat. Alle gepersonaliseerde overheidscommunicatie wordt dus beschouwd als regeringsmededeling. Voor elk van beide circuits wordt een aparte controleregeling voorzien.

Alle Vlaamse overheidscommunicatie moet voldoen aan enkele in het decreet expliciet opgenomen beginselen : de communicatie moet objectief zijn en mag niet discrimineren of kwetsend overkomen; de burger moet zonder moeite kunnen vaststellen van welke instantie de overheidscommunicatie uitgaat en moet het initiatief kunnen situeren; de informatie moet op het juiste tijdstip verschaft worden, de verschaft informatie moet correct en juist zijn; afhankelijk van het beoogde doel en de doelgroep moet de informatie zo volledig mogelijk zijn; in elk geval dient verhinderd dat de informatie misleidend is doordat ze onvolledig is; en ten slotte moet de informatie begrijpelijk zijn, al moet dit criterium beoordeeld worden met het oog op de doelgroep en kan het bijgevolg zeer verschillend ingevuld worden. Bij het Vlaams Parlement wordt een Expertencomit  voor Overheidscommunicatie opgericht, dat waakt over de naleving van deze beginselen, hetzij op verzoek van de betrokken overheid, hetzij na een klacht, hetzij ambtshalve. Het Expertencomit  bestaat uit negen leden en wordt gerecruteerd uit het wetenschappelijk of onderwijzend personeel in de rechten, bestuurswetenschappen of communicatiewetenschappen aan een Vlaamse universiteit of hogeschool, de journalistiek of de overheidscommunicatie. Om elke politisering of be nvloeding te vermijden, kunnen Vlaamse Volksvertegenwoordigers, Vlaamse ministers of regeringscommissarissen, bestuurders en werknemers bij de Vlaamse overheid geen deel uitmaken van het Expertencomit . De beslissingen waarbij het Expertencomit  een schending vaststelt, worden bekendgemaakt.

Voor de controle op de eigenlijke regeringsmededelingen en de gepersonaliseerde overheidscommunicatie voorziet het voorstel van decreet een Parlementaire Controlecommissie. Deze Commissie bestaat uit Vlaamse Volksvertegenwoordigers en is evenredig samengesteld. Zij moet nagaan of de communicatieacties die direct of indirect met overheidsgeld gefinancierd worden, niet geheel of ten dele tot doel hebben het imago van de betrokken regeringsleden of van de politieke partij waartoe zij behoren, te verbeteren. Is dat inderdaad het geval, dan maakt de voorzitter van het Vlaams Parlement die blaam publiek in de plenaire vergadering. Elke Vlaamse Volksvertegenwoordiger kan een klacht aanhan-

gig maken bij de Commissie, maar de Vlaamse regering of een van haar ministers kan ook preventief om een niet-bindend advies verzoeken.

Het voorstel van decreet van de voorzitter van het Vlaams Parlement gaat ervan uit dat “de argumentatie dat de federale wetgever bevoegd is om de controle op alle regeringsmededelingen te regelen omdat die regeling tot doel heeft een loyale kiesstrijd te bevorderen, (...) alleen bruikbaar (is) voor regeringsmededelingen tijdens de sperperiode.” Het verwijst naar het wetsvoorstel van de gemeenschapssenatoren om het Vlaams Parlement via een uitbreiding van de constitutionele autonomie de bevoegdheid te geven om zelf de verkiezingsuitgaven te controleren. Komt het Vlaams Parlement via een bijzonder decreet dan inderdaad tot een dergelijke regeling, “zal de wet van 4 juli 1989 zelfs gedurende de sperperiode niet meer van toepassing zijn op het Vlaams Parlement. Een federale wetswijziging blijft echter nodig omdat de wet van 4 juli 1989 de basisregeling bevat die op het Vlaams Parlement en het Waals Parlement van kracht blijft, zolang ze zelf geen eigen regeling hebben goedgekeurd.”

1.2.3 Het voorstel van decreet van de Vlaamse Volksvertegenwoordigers Ludwig Caluw , John Taylor en Mieke Van Hecke laat zich nog explicieter leiden door de algemene principes die de informatieambtenaar geformuleerd heeft. Het voert een deontologische code in die van toepassing zal zijn op alle voorlichtings- en communicatie-initiatieven van de Vlaamse overheid. Maar in tegenstelling tot het voorstel van decreet De Batselier zijn de deontologische principes niet in het decreet zelf opgenomen, maar wordt de formulering ervan overgelaten aan een Controleorgaan, dat daartoe ingesteld wordt door het Vlaams Parlement. Het Controleorgaan bestaat voor de helft uit gewezen journalisten en voor de helft uit hoogleraren communicatiewetenschappen of mediarecht. De journalisten dienen voorgedragen te worden door de Vlaamse Vereniging van Beroepsjournalisten, de hoogleraren door de Vlaamse Interuniversitaire Raad.

Het Controleorgaan stelt niet alleen de - door het Vlaams Parlement daarna goed te keuren - deontologische code met de objectieve criteria voor de voorlichtings- en communicatie-initia-

tieven van de Vlaamse overheid vast. Het wordt ook belast met de toetsing van de concrete communicatie-initiatieven aan de deontologische code. Dat kan hetzij ambtshalve gebeuren, hetzij na een (niet-anonieme) klacht. Zowel de negatieve als de positieve beoordelingen en de motiveringen van het Controleorgaan worden bekendgemaakt. Zoals bij het voorstel De Batselier kan elke Vlaamse overheidsinstantie preventief advies vragen over een door haar voorgenomen voorlichtings- of communicatie-initiatief.

1.2.4 Geen van beide voorstellen van decreet is ondertussen reeds ten gronde besproken in de Commissie voor Institutionele en Bestuurlijke Hervorming van het Vlaams Parlement. Wel heeft de Commissie beslist de twee voorstellen voor advies voor te leggen aan de Raad van State.

1.3 Gedragscode inzake communicatie voor Vlaamse ministers tijdens de sperperiode

1.3.1 Op 30 juni 2000 - net de dag waarop de redactie van dit Jaarverslag afgesloten werd - keurde de Vlaamse regering een gedragscode voor de externe communicatie van de Vlaamse ministers tijdens de sperperiode van 8 juni tot 8 oktober 2000, dag van de gemeenteraadsverkiezingen, goed. Goed een jaar voordien had ook de vorige Vlaamse regering dat al gedaan in de aanloop naar de verkiezingen van 13 juni 1999 (zie Jaarverslag 1998, pp. 13-14). Want al weigert zij haar communicatie te onderwerpen aan de federale Controlecommissie voor de Verkiezingsuitgaven, doch houdt de Vlaamse regering zich strikt aan de bepalingen in de wet van 7 juli 1994 betreffende de beperking en de controle van de verkiezingsuitgaven voor de verkiezingen van de provincieraden en gemeenteraden die aangeven welke communicatie-initiatieven toegelaten worden tijdens de sperperiode van drie maanden die aan de verkiezingen voorafgaan. Aangezien bijna alle Vlaamse ministers als kandidaat deelnemen 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.

1.3.2 De gedragscode slaat enkel op initiatieven en producten van diensten of instellingen waarvoor de Vlaamse ministers bevoegd zijn, en niet op initiatieven die vanuit hun persoonlijke verkiezingsuitgaven of die van hun partij worden bekostigd. De code is explicieter en concreter dan de wet en de ad-hocregels van de federale Controlecommissie. De ministers zullen er bijvoorbeeld op toezien dat door de administratie verspreide advertenties, folders, brochures of periodieken enkel verschijnen zonder naamvermelding, beeltenis of titulatuur van de minister. Een woord vooraf kan niet getekend worden door een bij naam of titel genoemde minister. Ook de verspreiding van een uitnodiging vanwege een minister voor een manifestatie wordt niet toegestaan.

De code volgt ook strikt de uitzonderingen die de wet op de verkiezingsuitgaven zelf al voorziet. Zo kan een minister wel een interview toekennen aan een krant, tijdschrift of omroep, voor zover het gratis en in het kader van de redactionele bijdragen opgenomen wordt in een gewone aflevering van de krant, het magazine of het programma. Hij kan ook persmededelingen verspreiden, een persconferentie beleggen, deelnemen aan een verkiezingsdebat op radio en TV, en deelnemen aan een door de Vlaamse overheid georganiseerde manifestatie, voor zover deze niet klaarblijkelijk tot doel heeft de minister electoraal voordeel te bezorgen.

De gedragscode van 30 juni 2000 gaat op drie punten verder dan de code van de vorige Vlaamse regering. Zo worden niet alleen de vermelding van de naam en de afbeelding, maar ook de vermelding van de titulatuur van de ministers niet langer toegelaten. Ook de nieuwe media worden aan de code onderworpen: webpagina's mogen geen naam, beeltenis of titulatuur van een minister bevatten; naar analogie met de bestaande gedrukte publicaties, die ook tijdens de sperperiode in circulatie blijven, wordt wel een uitzondering gemaakt voor webpagina's die al van vòòr de aanvang van de sperperiode geraadpleegd konden worden. En aangezien ook EU-burgers kunnen stemmen, geldt de gedragscode eveneens voor initiatieven die in het buitenland of voor buitenlanders worden georganiseerd.

Is er twijfel of een gepland communicatie-initiatief strijdig dreigt te zijn met de gedragscode, kan de minister of de administratie het vooraf voor advies voorleggen aan de informatieambtenaar van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, die op zijn beurt de Cel Juridische Dienstverlening van de administratie Kanselarij en Voorlichting kan raadplegen. Met het oog op eventuele betwistingen houdt de informatieambtenaar een overzicht van de voorgelegde dossiers en de verstrekte adviezen bij.

1.4 Vlaamse Codex

De verslaggeving over het voorbije jaar kan voor wat de publicatie van de Vlaamse regelgeving betreft beperkt worden tot de verdere stappen die gezet zijn bij de publicatie van de Vlaamse Codex. Inzake het Vlaams Publicatieblad (zie Jaarverslag 1998, pp. 48-49) vallen immers geen nieuwe evoluties te melden.

1.4.1 De door de administratie Kanselarij en Voorlichting van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap uitgegeven Vlaamse Codex bestaat in twee en straks in drie versies. De Vlaamse Codex is de officiële coördinatie van de Vlaamse regelgeving van 1986 tot heden. 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. Het is de bedoeling het komende jaar zowel hem systematisch aan te vullen met de meest recente regelgeving als nog verder terug te gaan in de tijd tot 1971, toen de eerste autonome Vlaamse regelgeving ontstond.

De gedrukte versie van de Codex beslaat onderhand 18 banden en wordt verspreid via een abonnementssysteem. Doch de Codex kan ook gratis geraadpleegd en gedownload worden via het internet (www.vlaanderen.be/ned/sites/overheid/index.html), hetzij chronologisch, hetzij via trefwoorden. Het voorbije jaar is gewerkt aan de voorbereiding van een nog gebruiksvriendelijker versie van deze internetversie. Teksten zullen opgezocht kunnen worden via trefwoorden en full text search. Deze nieuwe versie zal omstreeks midden 2000 on line zijn.

In het najaar van 2000 zal ook de cd-romversie van de Vlaamse Codex beschikbaar zijn. Hij zal verspreid worden via abonnement, met vier updates per jaar, en verkocht worden aan technische kostprijs.

1.4.2 Ondertussen worden ook via verschillende deelsites van de Vlaamse overheid op het internet enkele sectoren van de Vlaamse regelgeving systematisch ontsloten. Dat gebeurt op ongecoördineerde wijze, wat misschien niet neerkomt op de meest doelmatige inzet van mensen en middelen. Het verdient aanbeveling na te gaan in welke mate een meer gecoördineerde digitale ontsluiting van de Vlaamse regelgeving tot de mogelijkheden en wenselijkheden behoort.

2 *Communicatiebeleid van de Vlaamse regering*

2.1 *Vlaams Regeerakkoord*

Het Regeerakkoord van de op 13 juli 1999 aangetreden nieuwe Vlaamse regering bevat in het hoofdstuk “Een nieuw bestuurlijk beleid” enkele bepalingen over het communicatiebeleid dat zij wil voeren. Het stelt dat de “Vlaamse overheid actief (wil) 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.”

Over de concrete organisatie stelt het Regeerakkoord : “De Vlaamse overheidscommunicatie wordt vraaggericht uitgebouwd, vanuit de behoeften van de klanten. Bij de wegwijs- en eerstelijnsvoorlichting neemt de Vlaamse Infolijn een centrale plaats in. Er wordt een netwerk van Vlaamse en gemeentelijke voorlichtingsambtenaren uitgebouwd en het elektronisch loket wordt versneld uitgevoerd.”

Een bijzonder aandachtspunt wordt de deontologie van de communicatie : “Er wordt een deontologische code voor de Vlaamse overheidscommunicatie uitgewerkt, met inbegrip van een controleregeling ter bestrijding van politiek misbruik van overheidscommunicatie.” En over de communicatie naar het buitenland luidt het : “Met het oog op een systematisch bekendmakings-, imago- en voorlichtingsbeleid ten aanzien van het buitenland wordt een vaste werkgroep met ambtelijke ondersteuning opgericht, en worden binnen het totale communicatiebudget daartoe de nodige middelen uitgetrokken.”

Bijzondere aandacht ruimt het Regeerakkoord in voor de uitbouw van een geïntegreerd loket voor de gemeentelijke, provinciale en Vlaamse dienstverlening : “Werken aan integrale kwaliteitszorg en klantgerichtheid betekent dat de administraties van de verschillende overheden samen wer-

ken aan de geleidelijke uitbouw van één geïntegreerd aanspreekpunt, waar klanten in hun gemeente terecht kunnen voor een gedifferentieerde dienstverlening. De moderne informatie- en communicatietechnologie biedt de mogelijkheid om virtuele loketten te openen voor die klantgerichte dienstverlening.” Daartoe is “coördinatie tussen de verschillende beleidsniveaus nodig”. Het betekent dat “processen herdacht (moeten) worden met het oog op één contactpunt: de burger ziet de overheid als één geheel, maar kan verschillende administraties en diensten aanspreken. Er is één dossier voor de gebruiker, maar voor diezelfde gebruiker kunnen bij de overheid veel dossiers bestaan.”

De informatieambtenaar heeft, in het kader van de Bijdrage van de Vlaamse administratie aan het regeerprogramma van de aantredende Vlaamse regering, meegewerkt aan de voorbereiding van het Vlaams Regeerakkoord.

In het kader van de bevoegdheidsverdeling binnen de Vlaamse regering is de minister-president belast met de coördinatie van het communicatiebeleid. Hij heeft ervoor geopteerd om geen afzonderlijke beleidsnota over het communicatiebeleid in te dienen bij het Vlaams Parlement.

2.2 *Communicatie over het beleid van de nieuwe Vlaamse regering*

De nieuwe Vlaamse regering heeft van meet af aan werk gemaakt van een brede communicatie over haar beleidsintenties. Niet alleen werd het Vlaams Regeerakkoord samen met de Regeringsverklaring als brochure uitgegeven en konden beide teksten meteen geraadpleegd worden op het internet. De volledige tekst van de Regeringsverklaring werd ook gepubliceerd als een bijlage van vier pagina’s bij alle Vlaamse kranten, met daarbij de bevoegdheidsverdeling en de coördinaten van de Vlaamse ministers. Met deze publicatie op honderdduizenden exemplaren wou de Vlaamse regering enerzijds de Vlaamse bevolking informeren, maar anderzijds meteen ook

aangeven dat zij tegenover die bevolking de volle verantwoordelijkheid opneemt voor de realisatie van de bekendgemaakte beleidsopties.

In een volgende fase, in de eerste maanden van 2000, liet de Vlaamse regering alle beleidsnota's van haar ministers, die voordien al op het internet waren verschenen en daar gedownload konden worden, afzonderlijk in een uniforme vormgeving drukken en ruim verspreiden. Van de 26 beleidsnota's werden in totaal 144.371 exemplaren gedrukt, of gemiddeld 5.552 exemplaren per beleidsnota. Daarvan werden er 117.266 verspreid naar een aantal doelgroepen. Met advertenties in de dag- en weekbladen kon iedereen gratis een exemplaar van de gewenste beleidsnota's bestellen via de Vlaamse Infolijn. Via dit kanaal werden 5588 beleidsnota's aangevraagd door 2222 bestellers, een gemiddelde van 2,5 aangevraagde beleidsnota's per bestelling dus.

Afzonderlijke ministers hebben daarnaast eigen initiatieven genomen voor de ruimere bekendmaking van (en discussie over) hun beleidsnota's. Die namen bijvoorbeeld de vorm aan van themavonden met publiek of van een publicatie met een vulgariseerde en van cartoons voorziene versie van de beleidsnota.

municatie, zoals in het verleden, een "verborgen leven" bleef leiden in het Commissiewerk. Het Uitgebreid Bureau ging dus niet op deze vraag in. De informatieambtenaar durft de hoop uit te spreken dat de toewijzing van de communicatie aan de Commissie die ook voor de inhoudelijke zwaargewichten Financiën en Begroting bevoegd is, niet zal leiden tot een nog bescheidener parlementaire aandacht voor het communicatiebeleid van de Vlaamse overheid. Een voordeel van de door het Uitgebreid Bureau gemaakte keuze is wel dat eenzelfde minister bevoegd is voor Begroting, Financiën en de coördinatie van het communicatiebeleid.

2.3 Communicatiebeleid en Vlaams Parlement

Op 14 juli 1999, meteen na de vorming van de nieuwe Vlaamse regering, besliste het Uitgebreid Bureau van het Vlaams Parlement de Commissie voor Algemeen Beleid, Financiën en Begroting ook bevoegd te maken voor het communicatiebeleid van de Vlaamse overheid, zonder evenwel de term "communicatiebeleid" in de naam van de commissie op te nemen. In de vorige legislatuur kwam de communicatie aan bod in de Commissie voor Staatshervorming, Algemene Zaken en Verzoekschriften.

De informatieambtenaar had in een schrijven aan het Bureau voorgesteld om het communicatiebeleid explicieter op te nemen in het bevoegdhedenpakket van een Commissie waarmee het inhoudelijke raakvlakken heeft, en dit ook in de naam van die Commissie tot uitdrukking te brengen, om zo te vermijden dat de com-

3 Persvoorlichting van de Vlaamse regering

3.1 Persvoorlichting van de Vlaamse regering

In 1999 stond de informatieambtenaar in voor de verspreiding van 273 persmededelingen (1998: 316) na afloop van de vergaderingen van de Vlaamse regering. 171 gingen uit van de vorige Vlaamse regering, 102 van de nieuwe Vlaamse regering. Er werden 10 persconferenties (1998: 14) onder het voorzitterschap van de minister-president georganiseerd.

Deze daling van het aantal persmededelingen en -conferenties hoeft geen verwondering te wekken. 1999 was immers een verkiezingsjaar. Na een vrij intense activiteit tot net vòòr de verkiezingen van 13 juni, beperkten de werkzaamheden van de Vlaamse regering meteen na de verkiezingen zich tot de lopende zaken. De nieuwe Vlaamse regering die op 13 juli aantrad, vergaderde aanvankelijk veelal met slechts beperkte formele agenda's, die weinig aanleiding gaven tot persbekendmaking achteraf. In de loop van het najaar kwam daar geleidelijk verandering in.

De nieuwe Vlaamse regering opteerde er toen voor om zeer geregeld de pers te woord te staan na afloop van haar vergaderingen. Dat gebeurt doorgaans onder het voorzitterschap van de minister-president en er wordt aan deelgenomen door de bij de belangrijke beslissingen van de dag betrokken ministers. Er wordt niet automatisch na elke wekelijkse vergadering een persconferentie georganiseerd, wel van zodra de agenda of de politieke actualiteit dat wenselijk maken. Concreet betekent dit dat, eens op kruissnelheid, het aantal persconferenties na afloop van de vergaderingen van de Vlaamse regering minstens verdubbeld tot bijna verdriedubbeld is ten opzichte van de vorige legislatuur. De vrees dat het verschuiven van de wekelijkse vergaderdag naar vrijdag zou leiden tot een verminderde media-belangstelling (omdat ook de federale regering in principe op vrijdag vergadert) is ongegrond gebleken.

3.2 Persreglement van de Vlaamse regering

Bij haar aantreden op 13 juli 1999 besliste de nieuwe Vlaamse regering het bestaande reglement betreffende de organisatie van de persvoorlichting van toepassing te verklaren op haar vergaderingen. Op het ogenblik dat de redactie van dit Jaarverslag afgesloten werd, was dit reglement nog ongewijzigd in voege. 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 i.v.m. rechtszaken tegen personen, en bij beslissingen die de privacy van personen in het gedrang kunnen brengen. Deze uitzonderingsgronden worden nog steeds restrictief geïnterpreteerd. In sommige gevallen gebeurt de bekendmaking niet meteen na afloop van de vergadering, maar neemt zij omwille van de technische aard van het dossier of om reden van timing de vorm aan van een afzonderlijke persconferentie enkele dagen later. Dit doet evenwel geen afbreuk aan het principe dat alle beslissingen openbaar gemaakt worden.

De informatieambtenaar van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap is verantwoordelijk voor de coördinatie en organisatie van de bekendmaking der beslissingen van de Vlaamse regering.

3.3 Ministeriële woordvoerders

Het persreglement van de Vlaamse regering bepaalt ook dat de behartiging der persrelaties van de onderscheiden Vlaamse ministers, de voorstelling van en toelichting bij hun voorstellen en beantwoording van vragen in dit verband de volle verantwoordelijkheid blijft van de onderscheiden Vlaamse ministers. Ook de persconferenties die uitgaan van een lid van de Vlaamse regering en niet een officieel standpunt, beslissing of initiatief van de Vlaamse regering betreffen, zijn dus

de volle bevoegdheid van de betrokken minister. Elke minister beschikt voor zijn of haar persrelaties over een voltijds woordvoerder binnen zijn of haar kabinet. Van de huidige ministeriële woordvoerders zijn twee derden buiten de Vlaamse administratie gerecruteerd; drie van hen waren voorheen journalist.

3.4 Verspreiding van persmededelingen

De samenwerking met het nieuwsagentschap Belga voor de verspreiding van de persmededelingen van Vlaamse regering, Vlaamse ministers en ministerie van de Vlaamse Gemeenschap werd voortgezet, in het kader van een driejarige overeenkomst (1998-2000) met Belga. In het kader van deze overeenkomst kunnen de negen Vlaamse ministers en de informatieambtenaar persmededelingen simultaan via verschillende kanalen laten verspreiden. Deze persmededelingen 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. Zij worden via hetzelfde kanaal meteen op de website van de Vlaamse overheid gepubliceerd en worden gratis doorgeseind naar alle e-mailabonnees van de persberichten van de Vlaamse regering en haar diensten.

Eenieder kan zich gratis abonneren op toezending per e-mail van alle persmededelingen. Dat kan via de rubriek "nieuws" van de website van de Vlaamse overheid www.vlaanderen.be. Begin juni 2000 waren er 6471 abonnees (1999: 3047) voor deze gratis toezending van de persberichten via e-mail. Dat is opnieuw meer dan een verdubbeling (+ 112 %) op één jaar tijd.

Wie dat wil, kan zich abonneren op de uitgeprinte persmededelingen van de Vlaamse overheid - niet van de Vlaamse ministers of de administratie. Zo'n jaarabonnement kost 2500 fr. In 1999 is de gratis verzending van de persmededelingen via de post naar een beperkt aantal abonnees afgebouwd. Deze wijze van verzenden geeft immers vertraging en is al bij al duur. Omdat distributie per e-mail geen van beide nadelen kent, werd aan de bestaande abonnees voorgesteld over te schakelen op een gratis e-mailabonnement. De beslissing om de gratis verzen-

ding per post af te bouwen sluit ook aan bij de optie van de Vlaamse regering om op allerlei wijzen de toegang van de Vlamingen tot het internet te stimuleren.

De snelheid waarmee het internet en e-mail ingeburgerd raken garandeert een veel ruimere verspreiding voor de persberichten die via deze kanalen ontsloten worden. De informatieambtenaar betreurt evenwel sterk dat de sinds geruime tijd in het vooruitzicht gestelde mogelijkheid om zich (eveneens gratis) te abonneren op slechts een thematische selectie van de persmededelingen, ontoelaatbare verdere vertraging opgelopen heeft en nog steeds niet gerealiseerd is. Deze vertraging is het gevolg van de outsourcing van de informatica van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap.

Naast de persmededelingen van de Vlaamse regering werden in de loop van 1999 exact 300 persmededelingen van afzonderlijke Vlaamse ministers (in 1998: 366) via de Belga-distributie verspreid, waarvan 221 door ministers uit de vorige regeringsploeg en 79 door ministers van de nieuwe Vlaamse regering. De daling ten opzichte van 1998 van het aantal communiqués had niet alleen te maken met het aantreden en de inlooperperiode van de nieuwe ministers. Er waren ook technische redenen en verhuizingen van en binnen ministeriële kabinetten die ervoor verantwoordelijk waren dat het een hele poos duurde vooraleer in de verschillende kabinetten een rechtstreekse verbinding met Belga operationeel was.

4 Persvoorlichting van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap

4.1 Verspreiding van persmededelingen

Ook voor de verspreiding van de persmededelingen van de administratie kan gebruik gemaakt worden van het in het vorige hoofdstuk besproken samenwerkingsverband met het nieuwsagentschap Belga. Dat verloopt dan via de informaticambtenaar van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. In 1999 werden op deze wijze 56 perscommuniqués verspreid, tegenover slechts 23 in 1998. Meer dan een verdubbeling dus, al hoeft dit niet te betekenen dat de persvoorlichting van het ministerie in één jaar tijd zo explosief gegroeid is. Wel zijn alle diensten in de loop van 1999 extra attent gemaakt op de voordelen van de geïntegreerde distributie via Belga, en hebben diensten er meer dan voorheen gebruik van gemaakt, liever dan zelf in te staan voor de verspreiding van hun persmededelingen. Hoe dan ook blijft het om een heel beperkt aantal mededelingen gaan, een actieve en rechtstreekse persvoorlichting maakt nog lang geen deel uit van het standaardcommunicatie-instrumentarium van de administratie.

Er dient wel aan toegevoegd dat daarnaast ook nog 93 persberichten ter aankondiging van belangrijke wegenwerken verspreid zijn, uitgaande van de provinciale afdelingen van de administratie Wegen en Verkeer.

4.2 Ambtelijke woordvoerders

Sinds een paar jaren verloopt de passieve persvoorlichting van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap via ambtelijke woordvoerders. Binnen alle administraties en/of afdelingen van het ministerie zijn zulke ambtelijke woordvoerders aangesteld. Alleen zij zijn gemandateerd om namens de administratie de vragen vanwege de media te beantwoorden. Het gaat om ambtenaren op zeer verschillende niveaus (bijv. directeurs-generaal, afdelingshoofden, stafleden, adjuncten van de directeur...) die bovenop hun "gewone" taak ook met het woordvoerderschap belast wor-

den, woordvoerder zijn is nooit een voltijdse job bij het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap.

Hoewel deze aanpak reeds begin 1999 bij alle personeelsleden van het ministerie bekendgemaakt is met een omzendbrief, die tevens aangeeft hoe zij correct en klantvriendelijk te werk kunnen wanneer een journalist hun een vraag voorlegt, blijft het onduidelijk hoe strikt de regel toegepast wordt. De informaticambtenaar vermoedt dat nogal wat administraties - en dat lijkt vooral bij buitendiensten het geval - er weinig op toezien dat het contact met de pers via de aangestelde woordvoerders georganiseerd wordt. Dit komt de kwaliteit van de perscontacten niet ten goede. Na de opleidingen van de vorige jaren zijn er tijdens het voorbije jaar geen nieuwe initiatieven genomen voor de vorming van perswoordvoerders.

Het aantreden van de nieuwe Vlaamse ministers en hun woordvoerders vormt vanzelfsprekend een uitdaging voor het persbeleid van de onderscheiden administraties en hun ambtelijke woordvoerders. Aangezien de Vlaamse regering geen gemeenschappelijke richtlijnen voor de relatie tussen ministeriële en ambtelijke woordvoerders uitwerkte, dienden de verschillende ministers en hun administraties elk voor zich op zoek te gaan naar onderlinge taakverdeling en modaliteiten van samenwerking. Deze zoektocht verloopt in heel wat gevallen niet echt gestructureerd, maar aan de hand van concrete gevallen naargelang ze zich voordoen. Het kan dus nog wel even duren vooraleer het mogelijk wordt een vrij volledig beeld van die samenwerking te krijgen.

4.3 Spreekrecht van ambtenaren

Artikel III.2 van het Vlaams Personeelsstatuut garandeert de ambtenaren spreekrecht: "De ambtenaar heeft het recht op vrijheid van meningsuiting ten aanzien van de feiten waarvan hij kennis heeft uit hoofde van zijn ambt." Ook de Deontologische Code voor het personeel van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap stelt dat

de personeelsleden “princiepelijk spreekrecht” hebben. “Feitelijke informatie moet daarbij correct, volledig en objectief worden gepresenteerd. Wie een persoonlijk standpunt of kritiek op de overheid formuleert, maakt duidelijk dat hij of zij - in tegenstelling tot de ambtelijke woordvoerders, n.v.d.r. - in eigen naam spreekt.” De Deontologische Code wijst er wel op dat het spreekrecht beperkt wordt door de plicht om vertrouwelijke informatie geheim te houden voor iedereen die niet bevoegd is om er kennis van te nemen. Die geheimhoudingsplicht geldt bijvoorbeeld voor “gegevens over het interne beraad dat aan een administratieve eindbeslissing voorafgaat zolang die eindbeslissing nog niet is genomen”.

Het spreekrecht is dus geen absoluut gegeven, de literatuur in dit verband aanvaardt dat er zowel inhoudelijke beperkingen (het wettelijk voorziene beroepsgeheim en de discretieplicht) als vormelijke beperkingen gelden. Bij de vormelijke beperkingen gaat de aandacht vooral naar de zgn. loyauteitsverplichting van de ambtenaar. Die is geconsacreerd in artikel III.1 van het Vlaams Personeelsstatuut: “De ambtenaar voert zijn ambt op een loyale en correcte wijze uit onder het gezag van zijn hiërarchische meerderen. De ambtenaar zet zich op een actieve en constructieve wijze in voor de realisatie van de opdracht en de doelstellingen van het ministerie.” Wat die “loyale wijze” precies inhoudt, is evenwel verre van duidelijk, en nog minder is duidelijk hoe die statutaire verplichting tot loyaal gedrag zich verhoudt tot het al even statutaire spreekrecht.

Dit gebrek aan duidelijkheid over de grenzen van het spreekrecht voor ambtenaren maakt de ontwikkeling van een verantwoordelijke overheidsadministratie en een volwassen relatie tussen ambtenarij en het kabinettencircuit er niet makkelijker op. Dit soort onduidelijkheid leidt gemakkelijk tot een houding van zelfcensuur bij ambtenaren. De informatieambtenaar heeft weet van slechts enkele concrete probleemgevallen, gevallen dus waarin een ambtenaar met een hiërarchische overste of (een vertegenwoordiger van) zijn politieke verantwoordelijke gebotst heeft over de toepassing van het spreekrecht. Deze hebben evenwel nog geen aanleiding gegeven tot formele betwistingen of tuchtzaken. Op die manier kan

er uiteraard ook geen “jurisprudentie” ontstaan die een houvast kan bieden voor latere beoordelingen. Nochtans ervaart de informatieambtenaar dat de vraag naar duidelijker regels voor de grenzen van het spreekrecht wel degelijk expliciet leeft en zelfs toeneemt bij de ambtenaren.

In 1998 opteerde de Vlaamse minister van Ambtenarenzaken er doelbewust voor de Deontologische Code te beperken tot algemene principes. Het komt de informatieambtenaar voor dat deze principes voor wat de toepassing van het spreekrecht betreft dermate weinig houvast bieden, dat er nood is aan bijkomende toepassingsregels of minstens een verfijning van de principes voor de aftoetsing van concrete gevallen. Een eerste stap in die richting zou kunnen bestaan in het inschakelen van de academische en juridische expertise in Vlaanderen op dit vlak.

5 Voorlichting van de buitenlandse pers

5.1 Knipselkrant *Focus on Flanders*

De Vlaamse regering heeft voor een tweede opeenvolgende jaar financieel de uitgave mogelijk gemaakt van de knipselkrant *Focus on Flanders* (FoF). 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. Waar nodig worden deze artikelen gesitueerd in hun Belgische of Vlaamse context. Het kan zowel om objectieve verslaggeving gaan als om meer analyserende of duidende bijdragen, en daarnaast brengt FoF ook eigen syntheses van wat in meerdere kranten verschenen is over vraagstukken uit de actualiteit. Deze knipselkrant is bedoeld voor de mensen en instanties die beroepshalve met België of Vlaanderen te maken hebben maar weinig of geen Nederlands kennen en dus ook moeilijk of geen toegang hebben tot de Vlaamse media. De Vlaamse regering heeft ook voor de tweede jaargang 1450 abonnementen op de knipselkrant aangekocht, om die te verspreiden bij de doelgroepen die prioritair zijn voor de Vlaamse overheid. Dat zijn de buitenlandse mediacorrespondenten in Brussel en de buitenlandse diplomatieke en regiovertegenwoordigingen in België, verder ook de Belgische en Vlaamse diplomatieke, economische en toeristische vertegenwoordigers in het buitenland, en een aantal bibliotheken in het buitenland en Wallonië.

Op 30 maart 2000 werd over dit initiatief van gedachten gewisseld in de Commissie voor Buitenlandse en Europese Aangelegenheden van het Vlaams Parlement. Het initiatief van de knipselkrant werd er met instemming begroet, en er was eenstemmigheid over de noodzaak van intense voorlichtings- en pr-activiteit ten behoeve van de vele buitenlanders, waaronder in de eerste plaats de vele mediacorrespondenten, die in België actief zijn. Bij die gelegenheid kondigde de minister-president aan dat op korte termijn een

bevraging van de prioritaire doelgroepen van *Focus on Flanders* plaats zou vinden, op basis waarvan de praktische bruikbaarheid van de knipselkrant verder verhoogd zal kunnen worden. In afwachting van een algemene communicatiestrategie blijven de initiatieven uit het verleden om de beeldvorming over Vlaanderen te verbeteren bestaan, zei de minister-president nog. Op het ogenblik dat de redactie van dit Jaarverslag afgesloten wordt, is de evaluatie van FoF aan de gang; zij wordt toegespitst op enerzijds de doelgroep van de buitenlandse correspondenten in Brussel, en anderzijds de buitenlandse diplomatieke en regiovertegenwoordigingen in België.

5.2 Werkgroep *Imago Vlaanderen Internationaal*

De voorlichting van de buitenlandse pers dient deel uit te maken van een totaalaanpak van de op het buitenland gerichte communicatie van de Vlaamse overheid. Zoals door de minister-president aangegeven, beperkten de voor het buitenland bestemde voorlichtingsinitiatieven tijdens het eerste jaar van de nieuwe legislatuur zich, in afwachting van deze totale communicatiestrategie, vooral tot de bestaande initiatieven en kanalen: *Focus on Flanders*, een beperkt aantal anderstalige persmededelingen, enkele advertenties in toonaangevende buitenlandse media, en occasionele interviews van de minister-president.

Ter uitvoering van het Vlaams Regeerakkoord ging de minister-president in het voorjaar van 2000 over tot oprichting van een vaste werkgroep met kabinetsleden en ambtenaren, die tot taak heeft een "systematisch bekendmakings-, imago- en voorlichtingsbeleid ten aanzien van het buitenland" uit te werken en te realiseren. De door deze werkgroep uit te werken communicatiestrategie en -praktijk zal, overeenkomstig de Beleidsnota Buitenlands Beleid, naast een concentratie en clustering van promotie-initiatieven, een verhoogde vormelijke herkenbaarheid en de verhoogde herkenbaarheid en zichtbaarheid van de Vlaamse vertegenwoordiging in het buiten-

land, ook bijzondere aandacht hebben voor “een actievere internationale persvoorlichting en binnenlandse persvoorlichting over het buitenlands beleid”. “Belangrijk is dat buitenlandse journalisten worden geïnformeerd over de politieke beslissingen en prioriteiten van Vlaanderen. Naast georganiseerde informatiedoorstroming is het belangrijk om deze journalisten kennis te laten maken met Vlaanderen teneinde hen ons land te leren kennen en appreciëren, zodat een objectieve berichtgeving mogelijk wordt,” aldus nog de Beleidsnota. Een ondertussen reeds geselecteerd internationaal communicatie-adviesbureau zal de werkgroep Imago Vlaanderen Internationaal begeleiden bij de uitwerking van deze communicatiestrategie. Reeds in de loop van 2001 moet dit denkwerk uitmonden in concrete acties en initiatieven.

6 Ondersteuning en coördinatie van mediacampagnes

Informatie- en sensibiliseringscampagnes zijn op enkele jaren tijd uitgegroeid tot een essentieel onderdeel van de Vlaamse overheidscommunicatie. Deze campagnes zijn duur en vergen een professionele aanpak. Die is niet gegarandeerd wanneer zij uitgevoerd moeten worden door diensten die slechts occasioneel of zijdelings met dit soort opdrachten te maken krijgen. De informatieambtenaar en de afdeling Communicatie & Ontvangst hebben er daarom voor gekozen de ondersteuning en begeleiding van de Vlaamse overheidsdiensten bij de uitbesteding en realisatie van campagnes uit te bouwen tot een van hun prioritaire taken.

Ook in het Jaarverslag 1998 werd al uitgebreid aandacht besteed aan deze dienstverlening, en een aantal gegevens en bedenkingen die volgen, lopen parallel met wat toen reeds geschreven werd. Sindsdien is het bereik van de ondersteuning echter nog uitgebreid, zodat er thans gesproken mag worden van een integraal ondersteuningsaanbod. “ Integraal ” betekent dat de ondersteuning betrekking heeft op alle fasen van de uitbesteding en realisatie van de opdracht, vanaf de communicatieplanning en het voorbereidende conceptuele denkwerk, over de gunning, tot de begeleiding bij de uitvoering van de opdracht en zelfs het finale “ goed voor druk ”.

De ondersteuning beperkt zich niet tot campagnes in de media, maar geldt ook voor bijvoorbeeld het inhuren van communicatie-advies of de uitvoering van een communicatie-audit (zie ook hfst. 7.3, p. 30). Kortom, bij de uitbesteding van alle opdrachten in de communicatiesfeer kunnen de diensten van de Vlaamse regering een beroep doen op integrale ondersteuning. Die is vrijblijvend, de diensten kunnen er een beroep op doen en aan alle vragen in die zin wordt ook gevolg gegeven, waarbij dan wel geval per geval afgesproken wordt wie wat zal doen. Vastgesteld wordt dat het aantal gevallen waarin inderdaad een beroep op deze ondersteuning gedaan wordt, voortdurend stijgt en de intensiteit van de begeleiding toeneemt. Deze stijging heeft wellicht

zowel te maken met de toename van het aantal uitbestede communicatie-opdrachten, als met de uitbreiding van het ondersteuningsaanbod en de toenemende bekendheid ervan bij de kabinetten en diensten.

Hieronder wordt ingegaan op de meest opvallende aspecten van de ondersteuning. Dit overzicht streeft evenwel geen volledigheid na. Het gaat bijvoorbeeld niet in op de (soms nochtans essentiële) begeleiding in de prilste fase van een campagne, bij het helpen conceptueel nadenken over doelstellingen, doelgroepen, timing, intensiteit, budget en zelfs wenselijkheid van een campagne. De allereerste fase is trouwens die van de communicatie(jaar)planning, hiervoor kan verwezen worden naar hoofdstuk 17.

6.1 Selectie van een bureau

6.1.1 In het verleden werd bij de uitbesteding van communicatieopdrachten vaak gebruik gemaakt van de procedure van de offerte-aanvraag. Maar zo’n werkwijze is al te stroef gebleken, ze maakt het onmogelijk om goede voorstellen nog verder bij te sturen. Daarom wordt nu bij de uitbesteding van mediacampagnes en opdrachten voor communicatie-advies stelselmatig voorgesteld te werken via de onderhandelingsprocedure met of zonder voorafgaande bekendmaking. Deze procedure is niet alleen een stuk soepeler, zij garandeert bij dit soort opdrachten het beste resultaat. Aan de toepassing ervan zijn voorwaarden verbonden, maar campagnes en communicatie-advies, waar strategische visie, creativiteit en voortdurende nauwkeurige afstemming met de bedoelingen en inzichten van het opdrachtgevend bestuur van het allergrootste belang zijn, lijken typevoorbeelden van opdrachten waar de onderhandelingsprocedure op haar plaats is. Deze manier van werken kan trouwens steeds meer rekenen op de instemming van de Inspectie van Financiën, die over de concrete dossiers moet adviseren.

De informatieambtenaar adviseert om daarbij stevast in twee stappen te werken. Bij de eerste stap wordt gepeild naar de interesse van de sector voor een bepaalde opdracht, en wordt in essentie gezocht naar een kleine groep van de meest geschikte bureaus. Geïnteresseerde bedrijven sturen hun kandidaatstelling in, die door een deskundige jury wordt beoordeeld op basis van enkele vooraf nauwkeurig omschreven selectiecriteria. Veelal zetelt trouwens ook de informatieambtenaar of een van zijn medewerkers in een dergelijke jury. De bedoeling van deze eerste jurering is het opstellen van een shortlist met minimaal drie en maximaal vijf bedrijven. In de tweede fase krijgen enkel zij het bestek toegestuurd. Deze aanpak biedt verschillende voordelen. De jury hoeft zich niet door een massa offertes heen te ploegen, maar kan zich beperken tot een nauwkeuriger onderzoek van een heel beperkt aantal. Maar belangrijker is dat de in de shortlist opgenomen bedrijven een kans maken van één op drie tot één op vijf, dus meer gemotiveerd zijn om mankracht en creatieve energie te steken in de uitwerking van een sterke offerte. Op deze wijze wordt de markt minder onnodig belast.

Wegens de evidente voordelen voor zowel opdrachtgevend bestuur als reclamesector pleit de informatieambtenaar ervoor om deze aanpak in twee stappen ook toe te passen op opdrachten waar dat wettelijk genomen niet hoeft, ook al vergt deze aanpak wat meer tijd. Meer nog, ook bij kleinere opdrachten die zeer dringend waren, heeft de informatieambtenaar zich - met goed gevolg overigens - ingespannen om toch met het systeem van de shortlist te werk te gaan. Uit de reacties blijkt duidelijk dat de reclamesector deze aanpak sterk waardeert. Ook intern is gebleken dat het kleine beetje meer werk vooraf, achteraf meer rendeert.

6.1.2 Er wordt nu onderzocht in welke mate de regelgeving overheidsopdrachten het eventueel mogelijk maakt via een algemene open oproep vooraf een beperkte groep bureaus te selecteren, die dan gedurende een bepaalde tijd in aanmerking komen om de campagne-opdrachten voor de Vlaamse overheid uit te voeren. Zo'n "poulesysteem" zou een enorme besparing in tijd en energie zijn voor de overheidsdiensten die een

campagne moeten uitbesteden. Zij moeten nu telkens eerst de hele markt bevragen om tot een shortlist te komen. Het poulesysteem, dat eenmaal om het jaar of paar jaar ingesteld wordt, zou ze meteen de shortlist leveren waaruit geplukt kan worden voor de eigenlijke opdracht, zodat zij meteen naar de laatste van de twee uitbestedingsfasen kunnen overstappen.

6.1.3 De afdeling Communicatie & Ontvangst ontwikkelt intern een draaiboek voor de uitbesteding van overheidsopdrachten in de communicatiesfeer. Het overloopt alle stappen die gezet moeten worden om het procedureparcours feilloos te doorlopen. Het is bestemd voor alle ambtenaren die binnen het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap met communicatietaken belast zijn.

6.2 Betere bestekken

Bij de uitbesteding van communicatieopdrachten is de kwaliteit van de briefing, en dus ook van de bestekken, van het allergrootste belang. Veel fouten en problemen die bij de uitvoering van de opdracht opduiken, zijn puur terug te voeren tot onzorgvuldige of onvolledige formuleringen in het bestek. Daarom werd het afgelopen jaar bij voorrang werk gemaakt van een doorwrocht voorbeeldbestek voor de uitbesteding van multimediale informatiecampaagnes. Het is een levend document, dat in de loop van de voorbije maanden continu verder werd verfijnd en aangepast op basis van ervaringen met gevoerde campagnes, om maximaal in te spelen op nieuwe inzichten. Dit voorbeeldbestek mag nooit blindelings worden overgenomen, het dient als stramien voor het noodzakelijke denkwerk dat aan het uiteindelijke bestek moet voorafgaan. Vandaar ook dat er niet gesproken wordt over "modelbestek" maar over "voorbeeldbestek".

Het voorbeeldbestek wijkt terecht af van het standaardbestek voor dienstenopdrachten dat door de afdeling Overheidsopdrachten van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap uitgewerkt is. Voor de uitbesteding van creatief en vooral kwalitatief te beoordelen werk is immers een bestek sui generis nodig, het heeft geen enkele zin alle verschillende soorten dienstenopdrachten met éénzelfde bestektekst te willen

vatten. Naast dit ene voorbeeldbestek voor multimediale campagnes wordt nu nog verder werk gemaakt van de redactie van gelijkaardige voorbeeldbestekken voor andere soorten communicatieopdrachten, zoals de uitbesteding van advies inzake crisiscommunicatie, permanente ondersteuning op communicatievlak, strategisch communicatie-advies, drukwerk, enz.

Reclamebureaus weten vaak geen raad met de administratieve toon van veel bestekken. Bij de redactie van het voorbeeldbestek is daar rekening mee gehouden en is er gestreefd naar een “bureau-vriendelijker” indeling en taalgebruik. De administratieve verplichtingen die van de deelnemende bureaus verwacht worden, zijn tot een minimum herleid en waar mogelijk vervangen door vragen die concreter peilen naar de capaciteit van de bureaus om de voorziene (soort) opdracht uit te voeren. Bij de redactie ervan is trouwens volop rekening gehouden met de opmerkingen en suggesties van de B3A (Belgian Association of Advertising Agencies), die vooral de grootste Belgische bureaus vertegenwoordigt. Daarnaast werd ook bij niet-B3A-leden die zich inschreven voor campagnes van de Vlaamse overheid, gepeild naar hun verzuchtingen.

Bovendien werd veelal ook een mondelinge briefing georganiseerd, om zo meteen te kunnen anticiperen op mogelijke vragen of zelfs misverstanden.

6.3 Samenwerking met de reclamesector

Dit betrekken van de B3A bij de opmaak van een voorbeeldbestek is typerend voor de wijze waarop doelbewust gestreefd is naar een zo vlot mogelijke samenwerking met de sector van de communicatiebureaus. De Vlaamse overheid wil maximaal de creativiteit benutten die bij de bureaus in Vlaanderen voorhanden is. Zij wil daarom maximaal kunnen rekenen op de belangstelling van de betere bureaus voor de opdrachten die zij uitbesteedt. Daarvoor moeten de bureaus weet hebben van de door de Vlaamse overheid uitgeschreven campagnecompetities. En moest het onbegrip of zelfs wantrouwen dat bij nogal wat reclamebureaus leefde ten opzichte van overheidscampagnes, worden weggewerkt.

6.3.1 Het is de uitdrukkelijke bedoeling om te recruteren bij een grotere groep bureaus en op die wijze de grootste kans op werkelijk creatieve voorstellen te maken. Het is niet goed voor nieuwe campagnes telkens te moeten putten uit de zeer beperkte kring van bureaus die al uitgebreide ervaring met overheidsopdrachten hebben. Daarom zijn de inspanningen erop gericht ook bureaus met weinig of geen overheidservaring te laten meedingen. Mede om die reden wordt bij campagnes waar de informatieambtenaar geconsulteerd is bij de redactie van oproep en bestek, “ervaring met overheidsopdrachten” steeds meer achterwege gelaten als selectie criterium bij de keuze van bureaus. Immers, wil de overheidscommunicatie opvallen en op aantrekkelijke wijze haar doel bereiken, dan moet zij zich kunnen meten met de beste reclame in de privé-sector.

6.3.2 Het voorbije jaar zijn de inspanningen ten behoeve van een goede relatie met de reclamewereld nog opgedreven. Er zijn goede contacten uitgebouwd met de drie vaktijdschriften voor de reclamesector. En op 8 oktober 1999 werd in het Kasteel Van Ham specifiek ten behoeve van de reclamebureaus een informatiesessie georganiseerd over de wijze waarop de Vlaamse overheid campagnes uitbesteedt en realiseert. Deze pr-oefening voor de Vlaamse administratie was ook nuttig om voor de hele sector duidelijk te maken dat de technische coördinator voor de media-aankoop van de Vlaamse overheid zich in tegenstelling tot vroeger helemaal niet meer met de creatie van campagnes inlaat maar dit aan de reclamebureaus overlaat. De onbevangenheid waarmee de communicatieverantwoordelijken van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap op deze wijze de commerciële communicatiesector tegemoet traden, werd door de deelnemende bedrijven sterk op prijs gesteld. Ook al bleven vooral enkele grotere bureaus opvallend afwezig en gaven zij op die manier min of meer te kennen niet erg in de Vlaamse overheid als adverteerder geïnteresseerd te zijn, toch waren er ook een aantal bureaus present die nog nooit voor de Vlaamse overheid gewerkt hadden.

6.3.3 Het voorbije jaar werd grote aandacht besteed aan een betere bekendmaking van nieuwe opdrachten voor campagnes bij mogelijk geïnteresseerde bedrijven. Heel wat van die bedrijven raadplegen niet systematisch het *Bulletin der*

Aanbestedingen of het *Europees Publicatieblad*, waarin de (grotere) competities verplicht bekendgemaakt moeten worden. Daarom wordt gepoogd om alle competities bovendien ook bekend te maken via de reclamevaktijdschriften. Dat gebeurt systematisch ook voor kleinere competities (< 2,5 miljoen fr.), hoewel de eis tot algemene bekendmaking daar niet geldt. De informatieambtenaar gaat ervan uit dat een zo ruim mogelijke openbaarmaking uiteindelijk zowel de sector als de overheid ten goede komt. Verder wordt de realisatie van een deelsite binnen www.vlaanderen.be voorbereid waarop alle uitbestedingen van communicatieopdrachten aangekondigd zullen worden. Deze bekendmaking via het internet beoogt geen officieel karakter en zal dus de publicatie in *Bulletin* en *Publicatieblad* niet vervangen. Het zal louter bedoeld zijn als aanvulling van de gebruikelijke kanalen, zodat bureaus op de hoogte zijn en zich vervolgens nader kunnen informeren.

6.4 Beoordeling van campagnevoorstellen

Voor de beoordeling van campagnevoorstellen en -offertes raakt de Argusmethode (zie Jaarverslag 1998, pp. 27-28) meer en meer ingeburgerd. Deze softwarematig ondersteunde multicriteria-analyse maakt een vergelijking van kwalitatieve beoordelingen mogelijk. Verscheidene Inspecteurs van Financiën dringen overigens steeds meer aan op het gebruik van Argus bij de beoordeling van bepaalde soorten offertes, ook buiten de communicatiesfeer. Het Argussoftwarepakket werd in samenwerking met de cel van de informatieambtenaar verder verfijnd en aangepast aan de specifieke noden. Het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap kocht voor het geheel van zijn diensten een licentie voor de software die de methode ondersteunt. Op het ogenblik dat de redactie van dit Jaarverslag afgesloten werd, werd de laatste hand gelegd aan een gedetailleerde handleiding bij de vernieuwde software, waarna het pakket zal worden verspreid.

6.5 Centrale media-aankoop

6.5.1 De centrale media-aankoop blijft een essentieel instrument voor de ondersteuning van

de mediacampagnes van de Vlaamse overheid - al werd ze de voorbije paar jaar aangevuld met andere instrumenten, zodat ze nu deel uitmaakt van een veel bredere ondersteuning, zoals uit dit hoofdstuk blijken mag. De centrale media-aankoop houdt in dat de Vlaamse regering en de hele Vlaamse overheid advertentieruimte en zendtijd in de Vlaamse media aankopen via de informatieambtenaar van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. De media of hun federaties garanderen daarbij exclusieve kortingen, en de Vlaamse overheidsdiensten hebben de garantie dat de aankoop van mediaruimte via de informatieambtenaar steeds de goedkoopste manier van media-aankoop is.

De centrale media-aankoop geldt voor nagenoeg de hele geschreven pers (dagbladen, magazines, periodieke bladen en huis-aan-huis bladen). In de loop van 1999 schreven nog een hele reeks magazines (waaronder bijv. P-Magazine, Nieuw Wereldtijdschrift, Feeling, Eos, De Bond, Auto, Goed Gevoel en Trends International, zich in het systeem in. De centrale media-aankoop geldt ook voor de totaliteit van de audiovisuele media: VRT (via zijn reclameregie VAR), VTM, VT4, Kanaal Z en de regionale tv-omroepen. Het afgelopen jaar zijn ook TOPradio en Radio Mango toegetreden. Ten slotte maakt ook de 20 m²-affichage deel ervan uit via de overkoepelende organisatie Outdoors Centers Association. Op deze wijze bestrijkt de centrale media-aankoop veruit de meeste reclamemediastukken die van belang kunnen zijn voor de overheidscampagnes, en kan de informatieambtenaar de Vlaamse overheidsdiensten op dit punt een totaalservice aanbieden. Naast alle diensten van de Vlaamse regering kunnen ook bijna alle Vlaamse openbare en wetenschappelijke instellingen en een groot aantal fondsen, stichtingen en vzw's die van de Vlaamse overheid afhangen, er een beroep op doen. De centrale media-aankoop wordt voor rekening van de deelnemende uitgevers(federaties) gecoördineerd en ondersteund door een gespecialiseerd bedrijf dat optreedt als technisch coördinator.

6.5.2 In 1999 is via deze centrale media-aankoop ten behoeve van de Vlaamse overheidsdiensten reclameruimte in de Vlaamse media gekocht voor een totaal bedrag van 319,6 miljoen fr. - de cijfers hebben betrekking op verschijning in '99,

niet op bestelling in dat jaar. Tegenover 1998 (165 miljoen) betekende dit een stijging met 93,7 %. Deze om het zacht te zeggen spectaculaire groei houdt met verschillende factoren verband. De centrale mediabestedingen lagen in 1998 mede als gevolg van de overgang naar een nieuw protocol met de sector van de geschreven pers (dat pas midden 1998 gefinaliseerd raakte) beduidend lager. In de eerste helft van 1999 voerde de vorige Vlaamse regering bovendien een groot-schalige “institutionele” campagne (zie Jaarver-slag 1998, pp. 34-36) die tot doel had de Vlaamse overheid, haar bevoegdheden en beleids-domeinen beter te profileren bij de Vlaamse be-volking. En ten slotte vonden in 1999 steeds meer Vlaamse overheidsdiensten die voordien rechtstreeks of via een reclamebureau advertentie-ruimte bestelden, de weg naar de centrale me-dia-aankoop. Niettemin overheerst de indruk dat de Vlaamse overheid nog volop bezig is het kanaal van de (niet-redactionele) media-communicatie te ontdekken, en dat haar media-bestedingen helemaal niet aan hun plafond zit-ten.

De media-aankoop had vooral betrekking op kranten (127,9 miljoen fr. of 40 % van het totaal-bedrag), magazines (85,8 miljoen of 26,9 %), commerciële tv (35,3 miljoen of 11 %), open-bare omroep (27,2 miljoen of 8,5 %), en regio-nale televisie (21,9 miljoen of 6,9 %). Het to-tale audiovisuele aandeel bedroeg dus 84,4 mil-joen fr. of 26,4 % van de totale besteding. Er waren 80 campagnes of advertentiedossiers (te-gegenover 63 in 1998). Personeelsadvertenties waren verantwoordelijk voor 5,8 miljoen (of 1,8 % van de totale besteding), en kleine aankondi-ingen (zoals aankondiging van nieuwe adressen en dergelijke) voor 1,4 miljoen (of 0,4 %).

6.6 Geïntegreerde aanpak van campagnes

Een heel belangrijke maar doorgaans erg onder-schatte vorm van begeleiding bij de uitwerking van multimediale campagnes vormt de zorg voor een geïntegreerde aanpak van de campagne en de integratie van de campagne in de totale com-municatie van de Vlaamse overheid. Dat kan vele vormen aannemen. Veelal komt het er ech-ter op neer dat initiatoren van (vooral kleinere

campagnes) van meet af aan heel productgericht denken, in termen van een concreet communicatieproduct (folder, brochure,...) dat zij gerealiseerd willen zien. Maar soms is hun premisse daarbij fout of achterhaald (te zender-gericht, een fout beeld van de doelgroep, verkeerd gekozen kanaal,...). Zij moeten gesensibiliseerd worden om misschien andere media, of tegelijk meerdere media in te zetten. Soms moeten zij erop gewezen worden dat ze hun boodschap het beste kunnen inkorten om efficiënt te zijn. Dat kan dan door te verwijzen naar de Vlaamse Info-lijn, bijvoorbeeld voor de eerste opvang van vra-gen naar aanleiding van de campagne, of voor de verspreiding van een ondersteunende publicatie. Of het internet kan ingeschakeld worden, voor interactieve toepassingen. In sommige gevallen is men bereid vrij veel geld uit te geven voor be-taalde advertenties, maar vergeet men een communicatieplan uit te werken om daarnaast ook de minstens even belangrijke redactionele aandacht van de media uit te lokken. Het komt er voor de centrale communicatiespecialisten op aan maximaal de synergieën te laten spelen die mogelijk zijn binnen de Vlaamse voorlichtings-praktijk, en de campagneverantwoordelijken at-tent te maken voor opportuniteiten om het ef-fect van hun campagne te maximaliseren.

Daarnaast is het in sommige gevallen ook aange-wezen om verschillende campagnes hetzij inhou-delijk hetzij organisatorisch op elkaar af te stem-men. Zij mogen elkaar in geen geval tegenspre-ken, en bij campagnes over aanverwante onder-werpen gebeurt de inhoudelijke voorbereiding het best in continu onderling overleg. Ook or-ganisatorische afstemming spreekt voor zich, om te vermijden bijvoorbeeld dat teveel campagnes tegelijk op Vlaanderen losgelaten worden, of om toe te laten dat verschillende campagnes kunnen profiteren van dezelfde infrastructuur, of van el-kaar.

De centrale communicatiespecialisten van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap reali-seren op deze vlakken vaak in stilte een belang-rijke toegevoegde waarde. Daarvoor is het ech-ter wel nodig dat zij tijdig, dat wil zeggen in een zo vroeg mogelijke fase, betrokken worden bij de voorbereiding van de campagne. Te dikwijls nog krijgen zij pas weet van een campagne op

het ogenblik dat mediaruimte gereserveerd dient te worden en het ondertussen ingeschakelde bureau allang aan de slag gegaan is, misschien wel op basis van foute premissen. Of dan komt het bijvoorbeeld voor dat een brochure al gedrukt is terwijl de advertentie nog ontworpen moet worden en visueel niet echt gekoppeld kan worden aan de cover van het drukwerk.

Het spreekt voor zich dat het op dat ogenblik erg moeilijk is om nog substantieel bij te sturen. Mede daarom is de ontwikkeling van voorbeeldbestekken voor verschillende soorten communicatieopdrachten (zie hoger) en de ondersteuning van de afdeling Communicatie & Ontvangst bij de toepassing van deze bestekken op concrete opdrachten van groot belang. Want hiermee neemt de kans dat de centrale communicatiemensen vroeg bij het project betrokken worden, stevig toe.

6.7 Toezicht op campagnes

De nieuwe Vlaamse regering heeft elk van haar ministers budgettair geresponsabiliseerd voor wat de communicatie over hun beleidsdomeinen betreft. Op 7 april 2000 besliste zij dat alle ministers eigen budgetten moeten voorzien voor hun sectorale communicatie. Dit mag evenwel niet leiden tot een verminderde samenhang van de multimediale communicatie van de Vlaamse regering en haar diensten. Daarom belastte de Vlaamse regering tegelijk de informatieambtenaar met het toezicht op alle campagnes van de Vlaamse regering, de Vlaamse ministers en hun diensten.

Hij moet er onder meer op toezien dat de campagnes aansluiten op de algemene communicatiestrategie van de Vlaamse regering, en dat ze voldoen aan nader vast te stellen normen en regels inzake multimediale communicatie. Een voorstel in dat verband zal na de zomerreces voor goedkeuring aan de Vlaamse regering worden voorgelegd. De informatieambtenaar moet er ten slotte ook op toekijken dat de campagnes inhoudelijk en vormtechnisch beantwoorden aan strenge kwaliteitsnormen. Deze hebben betrekking op de verstaanbaarheid van de campagnes voor de beoogde doelgroep, hun klantvriendelijkheid en hun herkenbaarheid als infor-

matie van de Vlaamse overheid. Bij de kwaliteitsbeoordeling van de campagnes moet ook rekening gehouden worden met hun voorbeeldfunctie.

Bij het afsluiten van dit Jaarverslag is dit toezicht nog niet geformaliseerd. De formulering van een consistent normenpakket, dat toch geen afbreuk doet aan de creativiteit en inhoudelijke autonomie van de onderscheiden ministers en administraties, wordt een prioritaire opdracht voor de eerste maanden van het nieuwe werkjaar.

6.8 Realisatie van regeringsmededelingen

Regeringsmededelingen dienen soms op korte termijn gerealiseerd te worden. De afdeling Communicatie & Ontvangst heeft een procedure uitgewerkt die de snelle realisatie mogelijk maakt en toch een correcte toepassing van de regelgeving overheidsopdrachten bij de uitbesteding van de realisatie garandeert - zie hiervoor het Jaarverslag 1998, pp. 28-29. Deze procedure is in de nieuwe legislatuur tussen juli 1999 en juni 2000 drie keer toegepast, voor regeringsmededelingen op tv in verband met het nieuwe schooljaar, de vorming van kandidaten voor de lokale verkiezingen later dit jaar, en het in voege treden van het nieuwe Decreet Ruimtelijke Ordening. De reeds vorig jaar gesignaleerde nieuwe tendens om regeringsmededelingen ook tegen betaling en binnen een gewoon reclameblok uit te zenden op de commerciële zender VTM, zette zich door.

7 Informatie- en sensibiliseringscampagnes

7.1 Respons op campagnes

De Vlaamse overheid beschikt nog niet over instrumenten om op een systematische wijze de respons van de beoogde doelgroepen op de gevoerde informatie- en sensibiliseringscampagnes te meten. Toch werden het voorbije jaar vanuit twee totaal verschillende hoeken elementen aangebracht die kunnen bijdragen tot een voorzichtige inschatting van het succes van Vlaamse overheidscampagnes bij het grote publiek.

7.1.1 Bij alle campagnes die ondersteund worden door de Vlaamse Infolijn staat de Infolijn in voor de automatische registratie van alle oproepen die het gevolg zijn van de campagne. Het gaat dan om vragen naar hetzij meer informatie via de telefoon, hetzij de ondersteunende folder of brochure. Weliswaar levert dat slechts een partieel beeld op van de aandacht die de campagne genereert, maar toch vormt de Infolijn-registratie een eerste indicatie van de relatieve weerklank van een vrij groot aantal publiekscampagnes. Voor meer gegevens over de tijdens het eerste werkjaar van de Vlaamse Infolijn ondersteunde campagnes, kan verwezen worden naar het eerste Jaarverslag van de Vlaamse Infolijn.

7.1.2 Een totaal andere vorm van impactmeting vormen de prijzen die reclamecampagnes van de Vlaamse overheid het voorbije jaar gewonnen hebben. Al zijn deze bijlange geen betrouwbare indicatoren van de publieke respons op een campagne, als graadmeter van de creativiteit en het reclameprofessionalisme van de overheidscampagnes vervullen zij toch ook in het instrumentarium van de overheidscommunicatie een nuttige rol. Het feit dat de campagnes opvallen in de sector, mag doen vermoeden dat zij het ook goed bij het grote publiek.

Zo viel de lanceringscampagne van de Vlaamse Infolijn in de prijzen. Een van de drie tv-spotjes sleepte de DRTB-Award voor Brand Response

van het Belgisch Direct Marketing Verbond (BDMV/ABMD) in de wacht. Volgens de jury maakte de spot “een abstracte dienst op een leuke manier duidelijk en concreet. De Vlaamse overheid maakt een breuk met het verleden en geeft zichzelf met deze campagne een vriendelijk en toegankelijk imago.” In dezelfde categorie Brand Response, die een imagospot bekroont die gebruik maakt van een responselement om zijn doel te bereiken, kreeg ook de campagne Volwassenenonderwijs van het departement Onderwijs een nominatie.

Verder werd de millenniumcampagne van de Vlaamse Infolijn door de Creative Club of Belgium bekroond met een “Gold Award” in de categorie Public Service Campaign. De Gold Award is de eerste prijs op het vlak van de creativiteit van reclame, en wordt toegekend door een jury van reclamemakers uit de beste Belgische bureaus. Daarnaast werden de radiospots voor de millenniumcampagne door de VAR, de reclamereguleerder van de VRT, uitgeroepen tot “Beste Eindejaarsspot van alle radio-debutanten”. En voordien was een der tv-spots van de lanceringscampagne van de Vlaamse Infolijn vierde geëindigd in de Top Spot competitie van VTM.

Deze prijzen mogen dan niet indrukwekkend zijn vergeleken met het palmares dat sommige anderen kunnen voorleggen, ze vormen toch een primeur voor de overheid en illustreren dat het reclamewerk van de Vlaamse overheid door de reclamector gezien en in een aantal gevallen gewaardeerd wordt.

7.1.3 Toch blijft de nood aan een systematische en wetenschappelijk verantwoorde monitoring van het effect van de overheidscampagnes groot. Daartoe moeten alle grotere informatie- en sensibiliseringscampagnes van de Vlaamse overheid onderworpen worden aan effectmeting, en de daarbij toegepaste methodiek moet een onderlinge vergelijking van de resultaten mogelijk maken. Alleen op deze wijze kan er op termijn sprake zijn van een optimalisering van de voor mediacommunicatie ingezette middelen.

Het belang van de beslissing dd. 7 april 2000 van de Vlaamse regering om bij de heroriëntatie van het centrale communicatiebudget vanaf de begroting 2001 ook kredieten te voorzien voor systematische effectmeting bij campagnes, kan daarom niet genoeg beklemtoond worden. Het centrale communicatiebudget zal mee ingeschakeld worden voor het opzetten, in samenwerking met de academische wereld en gespecialiseerde onderzoeksbureaus, van een methodiek voor effectonderzoek (nulmeting, pretest en/of post-evaluatie) bij Vlaamse overheids campagnes, voor de systematische toepassing ervan bij de grotere campagnes, en voor de valorisatie van de onderzoeksresultaten. We staan hier voor een der voornaamste technische uitdagingen voor de communicatie van de Vlaamse overheid in de eerstkomende jaren.

7.2 Voornaamste campagnes

Het voorbije werkjaar was het eerste jaar van de nieuwe legislatuur. Geen wonder dus dat het aantal campagnes vrij beperkt bleef, in het eerste jaar van een legislatuur ligt de klemtoon immers meer op de formulering en planning van het beleid dan op de concrete uitvoering ervan. Slechts enkele campagnes weerspiegelden reeds de nieuwe beleidsprioriteiten.

Een campagne zoals de tweede golf van de sensibiliseringscampagne *Durf Innoveren* sloot zelfs nog aan op een beleidsprioriteit van de vorige Vlaamse regering. Opgebouwd rond de verschillende afleveringen van de *Durfkrant* als centraal gegeven, en met onder meer een paperback met durftips, moest deze campagne het innovatiebeleid van de Vlaamse overheid ondersteunen.

Continuïteit was er ook met het tweede luik van de lanceringscampagne van de Vlaamse Infolijn, een project dat weliswaar onder de vorige Vlaamse regering opgestart was, maar ook vanwege de nieuwe Vlaamse regering een centrale plaats in haar communicatiebeleid toebedeeld kreeg. De eerste golf van deze campagne liep in het voorjaar, de tweede in het najaar van 1999. De Vlaamse regering besliste de Infolijn ook in te schakelen voor de beantwoording van vragen van de bevolking in verband met de millenniumproblematiek, en verzekerde het succes van deze

dienstverlening met een afzonderlijke campagne. Die kwam overigens tot stand in samenspraak met de federale overheid.

De campagne *Wonen in Brussel* wou Vlamingen de voordelen van het wonen in de hoofdstad aankaarten en hen er op deze wijze toe aanzetten in Brussel te gaan wonen. Naast advertenties maakte deze kleinschalige maar opvallende campagne, een samenwerkingsverband van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap en de Vlaamse Gemeenschapscommissie, ook gebruik van een folderuitdeelactie aan zeven kruispunten op belangrijke Brusselse invalswegen en aan de drie Brusselse hoofdtreinstations. De campagne, die heel wat persweerklink vond, leidde tot een sterke toename van het aantal vragen bij het Infocentrum.

In de sector Onderwijs was er promotie voor het Volwassenenonderwijs en voor het in een nieuw pak gestoken Begeleid Individueel Studeren (BIS - het vroegere Afstandsonderwijs), en kreeg ook een nieuwe beleidsprioriteit, de herwaardering van de leerkrachten, campagne-ondersteuning. Andere beleidsprioriteiten van de nieuwe Vlaamse regering die tot uiting kwamen in campagne-activiteit, waren de bekendmaking van het nieuwe Decreet Ruimtelijke Ordening, als aanloop naar de later geplande uitgebreide campagne ter ondersteuning van het handhavingsbeleid in de ruimtelijke ordening, en een oproep tot alle geïnteresseerden om zich kandidaat te stellen bij de komende gemeenteraadsverkiezingen en gebruik te maken van een vormingsaanbod in dit verband.

Op de Wereldwaterdag (22 maart) startte een uitgebreide campagne die de brede bevolking ertoe aanzette om spaarzamer met water om te gaan. En als een late uitloper van de grote institutionele campagne die in het vroege voorjaar van 1999 gelopen had, verschenen in samenwerking met het Vlaams Parlement bij de eerste vergadering van het vernieuwde Vlaams Parlement op 6 juli advertenties om dit gegeven te duiden voor het grote publiek. De nieuwe Vlaamse regering liet haar Regeringsverklaring in extenso publiceren als bijlage bij alle Vlaamse dagbladen, en riep de mensen later met advertenties op om gratis één of meer van haar beleidsnota's te bestellen.

7.3 Communicatieadvies en -begeleiding bij complexe projecten

Een zeer opvallende evolutie van het laatste jaar deed zich voor bij een aantal administraties en afdelingen van het departement Leefmilieu en Infrastructuur. Steeds meer wordt bij de uitwerking en realisatie van beleidsmatig belangrijke infrastructuurprojecten met grote gevolgen voor de betrokken bevolking, van meet af aan substantiële aandacht besteed aan een geïntegreerde aanpak van de communicatie in al haar aspecten. Communicatie met de bewoners en andere betrokken doelgroepen wordt in zo'n aanpak niet beschouwd als een puur uitvoeringsgegeven (waar ook pas in de uitvoeringsfase aandacht voor is), maar als een essentieel onderdeel van de totale inhoudelijke planning en uitvoering van het project. Bij de uitwerking van de communicatie wordt sterk rekening gehouden met de doelgroep(en) en met de doelstellingen die eigen zijn aan de fase waarin het project verkeert. Dat noodzaakt een intensieve ondersteuning met een breed instrumentarium van communicatieacties en -kanalen.

Het belang van deze evolutie kan niet voldoende onderstreept worden. Ze heeft gevolgen voor de totaalaanpak van beleidsprojecten; en ze biedt mogelijkheden om ervaring op te doen met de integratie van communicatie in complexe beleidsvoorbereiding en -uitvoering. Het opbouwen en valoriseren van deze ervaring wordt een belangrijk aandachtspunt voor de eerstkomende jaren.

De uitwerking van communicatiestrategie en -begeleiding wordt bij dergelijke grote dossiers veelal - doch niet steeds - uitbesteed aan gespecialiseerde bedrijven. Zo wordt het mogelijk ook ervaring op te bouwen inzake uitbesteding van niet-mediale campagne-opdrachten, zoals strategisch communicatie-advies. Ook dat is een belangrijk leerpunt voor de communicatieverantwoordelijken van de Vlaamse administratie.

8 Internet

In het vorige Jaarverslag van de informatie-ambtenaar is al uitgebreid de analyse gemaakt van de aanwezigheid van de Vlaamse overheid op het internet, met zijn realisaties, uitdagingen en problemen. Deze analyse blijft een jaar later overeind, voor de stand van zaken kan dus verwezen worden naar wat hierover verschenen is op pp. 42-47 van het Jaarverslag 1998. Ondertussen zijn stappen gezet om een statistiekengenerator voor alle websites van de Vlaamse overheid aan het werk te zetten. Vertraging ten gevolge van de informatica-outsourcing bij het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap heeft ervoor gezorgd dat deze statistiekengenerator er nog niet is, zodat hier geen cijfers over raadplegingen van www.vlaanderen.be of zijn deelsites gegeven kunnen worden. Dit hoofdstuk over het internet is dan ook heel wat beperkter dan de voorbije twee jaren. Het blikkt vooruit en bespreekt vooral enkele belangrijke evoluties met betrekking tot de overkoepelende site.

8.1 Koepelsite www.vlaanderen.be

8.1.1 Een overkoepelende internetsite is zowel vanuit communicatief als administratief oogpunt onontbeerlijk. De afdeling Communicatie & Ontvangst beheert centraal deze overkoepelende site van de Vlaamse overheid. Gelet op de snelle evolutie van de informatietechnologie én van de voor dit medium typische communicatiefilosofie, met een zware klemtoon op gebruiksvriendelijkheid en consumentgerichtheid, is het voorbije jaar ervoor geopteerd om www.vlaanderen.be uit te bouwen tot een heuse portaalsite. De vernieuwde site moet in het na-jaar van 2000 gerealiseerd worden.

Er wordt gewerkt aan verschillende clusters. De eerste is een smaakmakende presentatie van Vlaanderen, op breed-cultureel, historisch, wetenschappelijk en technologisch gebied. De tweede is een presentatie van de Vlaamse instellingen en de beleidsnota's. De portaalsite zal ook toegang verlenen tot het kennissysteem van de Vlaamse Infolijn, waardoor de burger niet lan-

ger vooraf moet weten welke dienst welke info kan verstrekken, maar vanuit de vraag die hij stelt geleid wordt naar het antwoord op die vraag. Er komt een "heet van de naald"-rubriek, met alle nieuws van bij de Vlaamse overheid (met in de toekomst ook geluids- en beeldmateriaal). En ten slotte zijn er de rubrieken "nationaal", gericht naar steden en gemeenten, en "internationaal". De koepelsite zal meertalig aangeboden worden, en naar gelang van de taalversie kunnen verschillende klemtonen gelegd worden. Zo zal op de anderstalige sites Vlaanderen gepositioneerd worden als investeringsgebied, zullen buitenlanders informatie krijgen over studeren en wonen in Vlaanderen, en zal Vlaanderen politiek op Europees en internationaal vlak in de schijnwerpers gezet worden.

8.1.2 Vanuit de portaalsite zal de afdeling Communicatie & Ontvangst de structuur van de site bepalen en voorzien dat alle pagina's die in het kader van de onderliggende deelsites aangemaakt worden, zowel grafisch als inzake structuur automatisch geïntegreerd worden in het geheel. Zij zal ervoor zorgen dat de site dagelijks voorzien wordt van verse informatie, zoals bijvoorbeeld persmededelingen, en waken over de kwaliteit van de aangemaakte pagina's en de relevantie en gebruiksvriendelijkheid van de aangerekte inhoud. Ofschoon de huidige internetsite doorgaans gematigd positief onthaald wordt door de gewone gebruiker en de expert-gebruiker - de website wordt steevast opgenomen in de Belgische Top 100-overzichtslijsten - zal de nieuwe site het probleem van een onevenwichtig en te fragmentarisch en versnipperd informatie-aanbod uit de wereld moeten helpen. De dynamische pagina's zullen het statisch aanzien van de website en het ontbreken van een geïntegreerde ontsluiting ongedaan maken.

8.1.3 Overheidsdiensten hebben nog geen lange traditie om hun diensten bekend te maken in termen van de klant, eerder dan in termen van de eigen organisatiestructuur. Samenwerking tussen diverse overheden is hiervoor essen-

tieel, de samenleving is immers niet geïnteresseerd in details over de taakverdeling tussen overheden. De nood aan een overkoepelende wegwijzer voor informatiebronnen op het internet is hoog. Naar Nederlands model is het de bedoeling ook de koepelsite van de Vlaamse overheid te laten uitgroeien tot een referentiesite. Naast de rol van informatievindplaatsen, komt die van “webwijzer”. Het verwijzen naar andere relevante bronnen wordt immers even belangrijk als het in kaart brengen van het eigen aanbod. De koepelsite moet zich ontwikkelen tot een referentie voor wie langs elektronische weg op zoek is naar overheidsinformatie. De koepelsite wordt daarom omgebouwd tot een gebruiksvriendelijk instrument met een intuïtieve interface voor de ontsluiting van overheidsinformatie in de breedste zin : een klantgerichte benadering op basis van “need to know” informatie.

Om dit waar te maken zullen drie vormen van informatieontsluiting verder worden uitgewerkt: de zoekfunctie (het find-model), de inventarisfunctie (het browse-model), en de vraag-en-antwoordfunctie (de FAQ's of frequently asked questions). Voor de uitbouw van een FAQ-catalogoog met antwoorden op veel gestelde vragen dient zich een uitstekende opportuniteit aan op het ogenblik dat de vraagbaak van de Vlaamse Infolijn toegankelijk zal worden via het internet (zie hiervoor ook hfst. 9.1.7 en 9.1.8). De zoekfunctie zal gerealiseerd worden door de inschakeling van een performante zoekrobot voor de totaliteit van de Vlaamse-overheidssite.

Op het ogenblik dat de redactie van dit Jaarverslag afgesloten wordt, wordt volop gewerkt aan de keuze en implementatie van de zoekrobot en van portaalsoftware, naast de aanmaak van grafische pagina's en sjablonen. Een andere prioriteit is de reeds aangehaalde aanmaak van een statistiekengenerator, die moet toelaten dat elke dienst straks ter ondersteuning van zijn digitale communicatie kan beschikken over gedetailleerde cijfermatige feedback. De outsourcing van de informatica aan een gespecialiseerd bedrijf biedt zowel mogelijkheden als uitdagingen. In nauwe samenspraak met de entiteit Sturing en Controle Informatica heeft de afdeling Communicatie & Ontvangst zeer gedetailleerde desiderata opgesteld met betrekking tot de gewenste hard- en software, waarna de privé-partner de markt kan

bevragen en daarbij gebruik maken van zijn veelvuldige contacten. Anderzijds betekent de “boom” van aan te maken internetpagina's dat binnen het ministerie een duidelijke nood ontstaat om zeer gestructureerd te gaan werken en intern een coördinerend orgaan te hebben dat de prioriteiten vastlegt, waarna de privé-partner aan de slag kan. Overigens dient de administratieve procedure met die privé-partner vereenvoudigd te worden.

8.1.4 Voor al wie er ook maar enigszins mee te maken heeft, lijdt het geen twijfel dat de overgang in de loop van 1999 van informaticabeheer binnenshuis naar een outgesourcete informatica tot grote vertragingen geleid heeft bij de implementatie van kwalitatieve verbeteringen aan de website van de Vlaamse overheid. De overgangperiode was niet alleen moeilijk en frustrerend, ze duurt ook veel te lang. Ze moest al een hele poos achter de rug zijn, maar is dat in feite nog niet. Zo er niet op korte termijn wezenlijke stappen vooruit gezet worden inzake dienstverlening en klantgerichtheid bij de ICT-implementatie, dreigt ook voor de verdere ontwikkeling van het Vlaams internetaanbod onaanvaardbare achterstand.

8.2 Geïntegreerd loket

De Vlaamse regering heeft de uitbouw van een geïntegreerd loket naar voren geschoven als een van haar grote prioriteiten op bestuurlijk vlak. Dit geïntegreerd loket moet een transactieloket worden, waar mensen terecht kunnen voor een geïntegreerde klantvriendelijke behandeling van hun transacties met de overheid. Het project beoogt voor een beperkt aantal clusters een geïntegreerde administratieve afhandeling van samenhangende, verwante formaliteiten ten behoeve van de vraagsteller. Naast de Vlaamse overheid moeten alle overheidsniveaus die bij de behandeling van een cluster administratieve formaliteiten betrokken zijn - naast de Vlaamse overheid ook de gemeenten en provincies, de federale overheid, eventueel zelfs Europese instanties - ook bij de opbouw van de geïntegreerde loketten betrokken worden.

Ongetwijfeld vormt het digitaliseren, automatiseren en integreren van de back office, waar de eigenlijke administratieve verwerking gebeurt, de

grote uitdaging. De front office - het kanaal waarlangs de klant de transactie aanvraagt en informatie vraagt of krijgt over de stand van zijn dossier - kan verschillende vormen aannemen, onder meer een fysisch loket, bij voorkeur heel dicht bij huis, bij het gemeentebestuur dus. Maar het spreekt voor zich dat ook het internet een kapitale rol zal spelen als front office bij het transactieloket.

De realisatie van performante geïntegreerde loketten is een reusachtige en extreem complexe operatie, die meerdere jaren voorbereiding - en in de meeste gevallen een vereenvoudiging van de regelgeving én een totale proces-reengineering van de back office - zal vergen. Een beperkte ambtelijke werkgroep heeft ten behoeve van de Vlaamse regering een voorstel van aanpak uitgewerkt om deze uitdaging gefaseerd aan te pakken.

Aangezien het internet een prominente rol zal spelen bij de implementatie van de geïntegreerde loketten, is het van belang dat de ontwikkeling op korte termijn van de Vlaamse overheidssite nauw aansluit bij de filosofie van het geïntegreerde loket. Dat is inderdaad het geval, al gaat het in deze fase alleen om een aanzet tot informatieloket, en is er van een transactieloket nog geen sprake. In de komende maanden wordt de overkoepelende website uitgebouwd als toegangspoort tot de vraagbaak van de Vlaamse Infolijn, wat op dit ogenblik het meest uitgebreide wegwijs- en eerstelijns-informatiebestand van de Vlaamse overheid is.

9 Vlaamse Infolijn en sectorale infolijnen

9.1 Vlaamse Infolijn

Ook de nieuwe Vlaamse regering schuift de Vlaamse Infolijn naar voren als een der pijlers van haar communicatiebeleid. “Bij de wegwijs- en eerstelijnsvoorlichting neemt de Vlaamse Infolijn een centrale plaats in,” luidt het in het Vlaams Regeerakkoord.

Op 9 maart 2000 sloot de Vlaamse Infolijn - op het gratis nummer 0800 / 3 02 01 - zijn eerste werkjaar af. Voor een grondige bespreking en evaluatie van dat eerste werkjaar kan verwezen worden naar het afzonderlijk gepubliceerde eerste Jaarverslag van de Vlaamse Infolijn. Hier worden slechts enkele van de meest opvallende resultaten uit dat Jaarverslag aangehaald, en er wordt kort ingegaan op de voor het communicatiebeleid van de Vlaamse overheid meest relevante werkingsaspecten - met dank aan dat Jaarverslag van de Vlaamse Infolijn. Het Jaarverslag 1998 van de informatieambtenaar ging reeds uitgebreider in op de principes en organisatie van de Vlaamse Infolijn.

9.1.1 Tijdens haar eerste werkingsjaar heeft de Vlaamse Infolijn 104.976 telefonische oproepen ontvangen, dat is een gemiddelde van 412 oproepen per dag. De Vlaamse Infolijn behandelde verder 2.360 schriftelijke vragen, en de website van de Vlaamse Infolijn werd 132.074 keer bezocht.

In het eerste werkingsjaar had 82 % van de vragen betrekking op de Vlaamse overheid, 13,5 % op de federale overheid, en 1 % op de lokale besturen. Goed 25,5 % van de vragen gingen over de overheid in algemene zin; daarnaast waren het vooral de sectoren leefmilieu (15 %), onderwijs (10,5 %), economie (10 %), wonen (10 %) en werkgelegenheid (9,5 %) waarover vragen gesteld werden. Dat dit allemaal bevoegdheden van de Vlaamse overheid zijn, zal geen toeval zijn, de Vlaamse Infolijn heeft zich bij haar grote bekendmakingscampagne ook expliciet gepositioneerd als de vraagbaak voor de Vlaamse over-

heid en haar bevoegdheden. Ook de brede “institutionele” campagne die de Vlaamse regering in het voorjaar van 1999 voerde en waarin sterk de klemtoon gelegd werd op de bevoegdheidspakketten van de Vlaamse overheid, zal hier niet vreemd aan zijn.

In bijna 84 % van de gevallen kon de vraag meteen beantwoord worden; in de overige 16 % van de gevallen diende de zgn. back office van de Vlaamse Infolijn ingeschakeld. De gemiddelde gespreksduur bedroeg 1 minuut 30 seconden. Deze korte gespreksduur had ongetwijfeld te maken met het feit dat de klemtoon tijdens het eerste werkjaar duidelijk nog meer lag op wegwijsinformatie dan op eerstelijnsinformatie. 90 % van de oproepen kon beantwoord worden binnen 30 seconden, dat is een stuk beter dan de vooraf gestelde kwaliteitseis dat minstens 80 % van de oproepen binnen 30 seconden beantwoord moesten worden. Ook voor andere kwaliteitseisen scoorde de Infolijn goed. Uit een steekproef bleek dat 89 % van de mensen die gebeld hadden, tevreden tot zeer tevreden waren over de dienstverlening, en een permanente steekproef bij de voorlichters wees uit dat de klantvriendelijkheid van de voorlichters aan de telefoon goed was.

Alleen al de meer dan 100.000 telefonische oproepen die de Vlaamse Infolijn tijdens haar eerste werkingsjaar te verwerken kreeg, illustreren overtuigend het nut en zelfs de noodzaak van dit initiatief. Hier mag aan toegevoegd worden dat het aantal oproepen voor de Vlaamse Infolijn tijdens het eerste kwartaal van het tweede werkingsjaar (maart-mei 2000) een zeer gevoelige stijging ten opzichte van het eerste jaar vertoonde: het aantal beantwoorde oproepen klom op tot gemiddeld 510 per dag, een stijging met een kwart dus ten opzichte van het totaal gemiddelde voor het eerste jaar. Deze verhoging houdt ongetwijfeld mee verband met het toenemend aantal door de Vlaamse Infolijn ondersteunde campagnes.

9.1.2 Een enquête in december 1999 wees nochtans uit dat toen slechts 3 % van de ondervraagden de Vlaamse Infolijn spontaan vermeldden als instantie waar men terecht kan voor informatie over de overheid. Wanneer men een lijst onder ogen kreeg van verschillende infolijnen, werd de Vlaamse Infolijn wel door net één derde van de ondervraagden herkend als instantie waar men zijn informatievragen over de overheid aan kwijt kan. Dit betekent dat het groeipotentieel voor de Vlaamse Infolijn zonder de minste twijfel nog zeer groot is. Tegelijk betekent het dat de verdere bekendmaking van deze dienstverlening een uitdaging van de eerste orde vormt. Eén - weliswaar over twee golven gespreide - mediacampagne in het voor- en najaar van 1999 was zeker niet voldoende om de Infolijn bij een meerderheid van de Vlamingen bekend te maken. Ook in de komende jaren zal nog systematisch grootschalig via de media campagne gevoerd moeten worden. Daarnaast moet de weg naar de Vlaamse Infolijn op een structurele wijze ook via andere kanalen gemakkelijker gemaakt worden. Dat is bijvoorbeeld het geval voor de telefoongidsen: in de loop van 2000 krijgt de Vlaamse Infolijn een vermelding bij alle gemeenten in alle officiële telefoongidsen. Overigens zou ook de inlichtingendienst van Belgacom - in 1999 vonden slechts een verwaarloosbare 0,2 % van het totaal aantal oproepers de weg naar de Infolijn via die inlichtingendienst - meer mensen met vragen de weg naar de Vlaamse Infolijn moeten laten vinden.

9.1.3 96 % van de oproepen waren het gevolg van hetzij de eigen bekendmakingscampagne voor de Infolijn, hetzij een advertentie voor een door de Vlaamse Infolijn ondersteunde informatie- of sensibiliseringscampagne. De ondersteuning van campagnes is van meet af aan naar voren geschoven als een der kerntaken van de Vlaamse Infolijn, die daarmee gepositioneerd wordt als een hoeksteen van het communicatiebeleid van de Vlaamse overheid. Het dienstenpakket dat de Infolijn bij die ondersteuning kan aanbieden, is divers. Zij kan bij een campagne het telefonisch onthaal verzorgen, als bestelpunt voor een brochure of gadget fungeren, eerstelijns-informatie geven voor wie na de advertentie of spot meer wil weten, en rapporteren aan het zenuwcentrum van de campagne. Tijdens haar

eerste werkingsjaar werd de Vlaamse Infolijn al ingeschakeld voor de ondersteuning van 23 mediacampagnes van Vlaamse overheidsdiensten. Gelet op de cijfers voor de eerste maanden van het tweede werkingsjaar zal het aantal ondersteunde campagnes in dat tweede jaar nog een heel stuk hoger liggen. Verantwoordelijken voor mediacampagnes van de Vlaamse overheid of diensten die een publicatie bij het grote publiek willen bekendmaken, hebben op heel korte tijd de weg naar de Vlaamse Infolijn gevonden en maken er graag gebruik van. Op die wijze is de signatuur van de Vlaamse Infolijn uitgegroeid tot een vertrouwd beeld in de overheidsadvertenties. En dat is op zijn beurt een uitstekende zaak voor de verdere bekendmaking van de Vlaamse Infolijn.

9.1.4 De Vlaamse Infolijn ondersteunt daarnaast ook enkele van de sectorale infolijnen die binnen de Vlaamse overheid bestaan (zie hieronder), evenals de telefooncentrale van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap in Brussel. De Infolijn neemt de telefoons over die tussen 17 en 19 uur binnenkomen op het eigen oproepnummer van deze centrale. Veel oproepers die na kantoortijd in de aangesloten diensten geen antwoord meer krijgen, komen daardoor bij de Vlaamse Infolijn terecht en kunnen kiezen om doorverbonden te worden met een voorlichter van de Vlaamse Infolijn.

De Vlaamse Infolijn nam ook het telefoonnummer over van de voormalige ombudsdienst bij het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. Zij vangt deze oproepen op en verwijst alleen door naar de nieuwe Vlaamse ombudsdienst als het werkelijk om een klacht gaat. Er is trouwens een vrij nauwe samenwerking tussen de Vlaamse Ombudsdienst en de Vlaamse Infolijn (die bijna gelijktijdig met de Vlaamse Ombudsdienst van start ging). Verzoekers die met een klacht naar de Vlaamse Infolijn bellen, worden doorverbonden met de Vlaamse Ombudsdienst, en burgers die naar de Ombudsdienst bellen met een informatievraag, worden doorverbonden met de Vlaamse Infolijn.

9.1.5 De Vlaamse Infolijn is opgezet als een groeiproject, niet alleen wat het verwachte aan-

tal oproepen betreft, maar ook met betrekking tot het spectrum van haar dienstverlening. Het hierboven voor het eerste werkingsjaar gesignaleerde grote percentage vragen naar wegwijsinformatie was voor minstens een flink deel het - in de eerste fase uitdrukkelijk bedoelde - gevolg van de in 1999 gevoerde bekendmakingscampagne voor de Vlaamse Infolijn, "uw gids door de Vlaamse overheid". Maar zoals van meet af aan voorzien verschuift de Infolijn gaandeweg de aandacht van wegwijsinformatie naar eerstelijnsinformatie bij de uitbouw van haar databestand. Eerstelijnsinformatie is objectieve, niet-dossiergebonden informatie die in een gebruiksvriendelijke, makkelijk te ontsluiten structuur kan worden gegoten. De eerstelijnsinformatie die de Vlaamse Infolijn geeft, is gebaseerd op overzichtelijke scripts met standaardantwoorden. Die scripts worden geschreven in samenspraak met de inhoudelijk bevoegde dienst. Het is die inhoudelijk bevoegde dienst of instelling die uiteindelijk bepaalt welke informatie als eerstelijnsinformatie gegeven kan worden.

Eigenlijk is het de bedoeling om zoveel mogelijk nuttige informatie te verwerken tot eerstelijnsinformatie, althans voor wat de Vlaamse overheid betreft. De Infolijn kan de meeste vragen dan immers zonder doorverwijzen zelf oplossen en zo de diensten van de Vlaamse overheid ontlasten. Vooral met betrekking tot materies waar veel niet-dossiergebonden vragen over gesteld worden zal de Vlaamse Infolijn daarom met de betrokken dienst of instelling nagaan hoe de eerstelijnsinformatie in het databestand verder uitgebouwd kan worden.

9.1.6 De Vlaamse Infolijn staat niet alleen in voor de beantwoording van telefonische en schriftelijke vragen, zij heeft ook een eigen deelsite met kant-en-klare informatie binnen de koepsite www.vlaanderen.be. Naast gegevens over andere infolijnen en gespecialiseerde hulpen en informatienummers, worden de vaakst gestelde vragen van het moment er beantwoord, met links naar relevante websites van eigen of andere overheden. Vaak gestelde vragen worden gebracht onder "u vraagt", vragen die samenhangen met door de Infolijn ondersteunde campagnes horen in de rubriek "wij draaien". Wie dat wil, kan zich gratis abonneren op deze e-mail-

berichten van de Vlaamse Infolijn. De website bevat ook onder de rubriek "bestellen" een rechtstreekse link naar de publicatiedatabank van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. Surfers kunnen er zelf publicaties opzoeken en bestellen. En surfers die hun antwoord op hun vraag niet op de sites van de Vlaamse overheid vinden, kunnen hun vraag via de website mailen. De medewerkers van de Vlaamse Infolijn beantwoorden deze vragen binnen twee werkdagen.

9.1.7 Het centrale werkinstrument van de Vlaamse Infolijn is het kennissysteem, dat op verschillende manieren ontsloten kan worden. Nadat in een eerste fase de klemtoon gelegd werd - en trouwens ook verder gelegd zal blijven worden - op ontsluiting via voorlichters aan de telefoon, wordt vanaf het tweede werkingsjaar werk gemaakt van de ontsluiting van datzelfde kennissysteem via andere kanalen. Eerste stap is de upgradering van het kennissysteem, die voorzien is voor het najaar van 2000. Deze upgradering moet enerzijds de interne werking verbeteren, door meer automatisering en een meer gestructureerde werking, door een verfijning van haar opzoekmethodes in het kennissysteem, en door een betere opvolging van en rapportering over niet-dossiergebonden informatie vragen. Anderzijds maakt de upgradering een uitbreiding van het dienstenpakket mogelijk. De Vlaamse Infolijn wil de databank in haar kennissysteem ontsluiten voor andere openbare besturen en voor de burger zelf. Uiteindelijk moet de Vlaamse Infolijn uitgroeien tot een volwaardig informatiecentrum dat informatie vragen centraliseert, structureert, beantwoordt en erover rapporteert. Dat centrum moet zowel via telefoon, fax en brief als via internet, intranet en e-mail toegankelijk zijn.

Een belangrijke stap op weg naar een "digitale Vlaamse Infolijn" zal gezet worden wanneer in het najaar van 2000 de lokale besturen - in eerste instantie de lokale informatieambtenaren - online toegang zullen krijgen tot het databestand van de Vlaamse Infolijn. Ze krijgen bovendien de kans om hun eigen specifieke informatie aan het kennissysteem toe te voegen, zodat ze beter ontsloten kan worden. Een mooi voorbeeld van schaalvoordeel: ook kleinere gemeenten krijgen op deze wijze de kans om hun dienstverlening aan de burger nog te verbeteren. De volgende

stap wordt dan het openstellen van het kennisstelsel voor de brede bevolking via het internet.

9.1.8 De uitbouw van een telefonische en digitale Vlaamse Infolijn op basis van een complex maar gebruiksvriendelijk ontsloten kennisstelsel met uitgebreide en geïntegreerde informatie over de hele Vlaamse overheid vormt een belangrijke stap op weg naar het geïntegreerd overheidsloket dat door het Vlaams Regeerakkoord in het vooruitzicht gesteld is. Zo'n geïntegreerd loket is een echt of virtueel loket waar men terecht kan om velerlei soorten administratieve formaliteiten uit te voeren of te laten uitvoeren. Die ambitie heeft de Vlaamse Infolijn uiteraard niet. Maar een belangrijke stap op de lange en uiterst complexe weg naar een geïntegreerd transactieloket is een geïntegreerd informatieloket. Vooraleer men aan transacties toekomt, heeft men betrouwbare, vlot toegankelijke en inhoudelijk geïntegreerde informatie nodig. En dat is wel de richting die de Vlaamse Infolijn uitgaat. De Vlaamse Infolijn heeft, zoals uit dit hoofdstuk mag blijken, heel wat van de functies die voor een geïntegreerd informatieloket nodig zijn, al embryonaal of volledig uitgebouwd. Zij werkt vraaggestuurd en interactief, en vormt nu al een herkenbare "interface" met de Vlaamse overheid. Met de voorziene digitale ontsluiting van zijn kennisstelsel werkt zij verder in de richting van het geïntegreerd informatieloket. Met haar substantiële investeringen in de werking en verdere uitbouw van de Vlaamse Infolijn zet de Vlaamse regering een noodzakelijke maar belangrijke stap in de richting van een van haar voornaamste beleidsprioriteiten

9.2 Sectorale infolijnen

9.2.1 Behalve de Vlaamse Infolijn telt de Vlaamse overheid nog tien sectorale infolijnen: BIS-infolijn (voor het Begeleid Individueel Studeren), Euro Info Centre, Gecofoon, Infolijn Onderwijs, Jo-lijn, Meldpunt Milieu, Rusthuis-telefoon, Taaltelefoon, TeleTolk en Wegen-telefoon (één per provincie). Het grootste aantal vragen kreeg de Infolijn Onderwijs te verwerken: 17.092 in 1999 (zie ook hfst. 16.4, p.51). Ook de Gecofoon scoorde goed met 8.046 oproepen. De in oktober 1999 opgestarte Taal-

telefoon, waar elke Vlaming terecht kan voor taaladvies, kreeg in de eerste viereneenhalve maanden van zijn bestaan niet minder dan 6.099 oproepen te beantwoorden. Voor de BIS-infolijn en het Euro Info Centre zijn geen exacte cijfers gekend, en elk der overige sectorale infolijnen telde in 1999 minder dan 1000 telefonische vragen op jaarbasis. De vijf provinciale meldpunten van de Wegen-telefoon bijvoorbeeld haalden samen slechts 542 oproepen. Aan die Wegen-telefoon wordt de laatste jaren trouwens buiten de borden langs gewestwegen nog weinig bekendheid gegeven, wat samen met het gering aantal oproepen de vraag oproept naar het verder zelfstandig voortbestaan van deze telefonische meld-dienst voor klachten over gewestwegen.

9.2.2 Van deze tien sectorale infolijnen werken er twee onder het beheer van het project Vlaamse Infolijn. Het ene is het Meldpunt Milieu, waar men terecht kan met gezondheidsklachten die zouden kunnen samenhangen met milieufactoren. Het wordt bemand door de voorlichters van de Vlaamse Infolijn, maar behoudt wel zijn eigen oproepnummer en registratiesysteem. Kort na de start rezen echter onduidelijkheden over de concrete opvolging van de klachten voor de melders en de registratie en verwerking van gegevens, zodat aan het initiatief geen verdere ruchtbaarheid in de media meer gegeven werd. Ook het bemiddelingscentrum voor doven Tele-Tolk, dat in het vroege voorjaar van 2000 opgestart werd, werkt onder het beheer van de Vlaamse Infolijn. Gehoorgestoorde oproepers kunnen via het Miniteltoestel waarover zij beschikken, de voorlichter van de Vlaamse Infolijn vragen het telefoonnummer te draaien van een andere persoon of dienst die zij willen opbellen. De voorlichter voert als tussenpersoon of tolk het telefoongesprek. Dit experiment is in de projectfase onder de vleugels van de Vlaamse Infolijn gebracht, om zo beter te kunnen peilen naar de respons en behoeften van de doelgroep.

Twee andere sectorale infolijnen zijn autonoom, maar krijgen technische ondersteuning van de Vlaamse Infolijn. Dat is het geval voor de Infolijn Onderwijs en de Taaltelefoon. De Infolijn Onderwijs heeft toegang tot het kennisstelsel van de Vlaamse Infolijn; zij kan zelf de gegevens in de database raadplegen en aanpassen. Haar

telefoonverkeer loopt trouwens via de call center centrale van de Vlaamse Infolijn, die zo kan instaan voor de gedetailleerde registratie en rapportering van het inkomende telefoonverkeer. De Vlaamse Infolijn kan ook de oproepen overnemen die binnenkomen terwijl alle lijnen van de Infolijn Onderwijs bezet zijn, net als de telefoons die voor de Infolijn Onderwijs binnenkomen tussen de middag en tussen 17 en 19 u. Eenzelfde samenwerking bestaat tussen de Taaltelefoon en de Vlaamse Infolijn.

Het lijkt aangewezen voor de sectorale lijnen, waarvan de meeste opgezet zijn vòòr de Vlaamse Infolijn van start ging, aan gelijkaardige - of aangepaste - samenwerkingsverbanden met de Vlaamse Infolijn te denken. Ook hier kan er nog meer gehaald worden uit de voordelen van de schaalgrootte.

10 Telefonische ontvangst

Het Jaarverslag 1998 (pp. 55-57) van de informatieambtenaar besteedde heel wat aandacht aan de al bij al teleurstellende resultaten van een in dat jaar gemaakte analyse van de telefonische bereikbaarheid van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap : 1 op 10 oproepen naar het dienstnummer wordt niet beantwoord, 4 oproepen op 10 komen niet terecht bij de bevoegde persoon of bij de persoon waar de klanten naar vragen, doorverbinden via het dienstnummer duurt relatief lang, minder dan 1 keer op 10 wordt aan klanten voorgesteld om hun oproep voor de afwezige ambtenaar te noteren en amper 2 keer op 100 wordt klanten gezegd dat de afwezige ambtenaar hen zal terugbellen, de telefoon opnemen gebeurt nog te vaak met een kort “hallo”, en bij het doorverbinden wordt de klant 2 keer op 3 niet gezegd bij wie of op welke afdeling hij zal terechtkomen. Het Jaarverslag pleitte sterk voor een actieplan voor het hele ministerie. Dat actieplan diende zowel betrekking te hebben op de organisatie van de dienstnummers als op de wijze waarop de ambtenaren met telefoonverkeer opgaan.

Dat actieplan is ondertussen in het late voorjaar van 2000 opgestart, onder de naam “Klant aan de lijn”. Het gaat uit van de afdeling Communicatie & Ontvangst, en beoogt inderdaad zowel de sensibilisering van alle ambtenaren als een betere organisatie van het telefonisch onthaal in de afdelingen.

Een uitgangspunt blijft dat elke afdeling een dienstnummer heeft dat als algemeen opvangnummer functioneert en ruim bekendgemaakt wordt. In veel gevallen moet zo’n dienstnummer niet georganiseerd worden op het niveau van de afdeling, maar op dat van de verschillende entiteiten binnen de afdeling. Aan de afdelingshoofden wordt met aandrang gevraagd zo’n dienstnummers te voorzien en ervoor te zorgen dat het tijdens de servicetijd (van 8.30 u. tot 12.30 u. en van 13.15 u. tot 17 u.) permanent bemand is. Aangeraden wordt de telefoontoestellen zoveel mogelijk automatisch te laten door-

schakelen naar het dienstnummer. Op die manier kan het dienstnummer de oproepen voor afwezige personeelsleden opvangen, en kunnen alle telefoonoproepen beantwoord worden. Omdat de ambtenaren die het dienstnummer bedienen toch specifieke vaardigheden moeten bezitten, wordt hun aangeraden het specifiek voor hen ontwikkelde opleidingspakket “Klantgericht en efficiënt telefoneren” te volgen.

Aan de afdelingshoofden wordt ook gevraagd een supervisor telefonie aan te stellen. Hij of zij wordt belast met de coördinatie van de organisatorische en technische aspecten van het telefonisch onthaal, en wordt het centraal aanspraakpunt voor het personeel van de afdeling voor alles wat met dat telefonisch onthaal te maken heeft.

De afdeling Communicatie & Ontvangst zal blijvend een gespecialiseerd bedrijf inschakelen om via steekproeven de telefonische dienstverlening in het ministerie te evalueren. Bij afdelingen die onder de norm presteren, zal een detailonderzoek uitgevoerd worden om de vinger precies op de oorzaken te leggen. Het rapport van dat onderzoek wordt via de secretaris-generaal aan het afdelingshoofd bezorgd, zodat die gestimuleerd wordt er wat aan te doen.

Naast deze organisatorische aanpak is er ook de sensibilisering van de ambtenaren zelf. Daartoe ontvangen zij allen in juni 2000 een sensibiliseringsfolder. Hij geeft een aantal praktische tips voor een klantvriendelijk onthaal aan de telefoon en een goede samenwerking met hun collega op het dienstnummer.

Uiteraard is zo’n folder geen wondermiddel. Essentieel blijft de kracht waarmee het afdelingshoofd zijn of haar medewerkers motiveert om aandacht te besteden aan hun telefonische dienstverlening. Die motivering is soms nodig om de perceptie van binnenkomende telefoons om te buigen: het zijn geen stoorzenders, maar klanten aan de lijn. De informatieambtenaar beaamt dat uiteindelijk heel veel afhangt van de persoonlijke

inzet van elk afdelingshoofd en leidend ambtenaar. Alleen wanneer die continu alle mensen binnen hun afdeling of administratie blijven mobiliseren voor een verzorgd telefonisch onthaal, is het succes van het actieplan verzekerd. Het kan zeker helpen met die kwaliteit van het telefonisch onthaal rekening te houden bij de jaarlijkse evaluatie van personeelsleden. Daartoe kan ze zeker opgenomen worden in de resultaatgebieden en functioneringscriteria van de supervisors telefonie en degenen die de dienstnummers bedienen.

11 Institutionele communicatie

11.1 Huisstijl van de Vlaamse overheid

11.1.1 Nadat in 1998 de Vlaamse regering het licht op groen gezet had voor de vernieuwde huisstijl van haar diensten (voor de principes ervan, zie Jaarverslag 1997, pp. 40-41, en Jaarverslag 1998, pp. 33-34) en de invoering ervan plaatsgevonden had in de tweede helft van 1998, was het voorbije jaar vooral een jaar van consolidatie. De in het vorig Jaarverslag beschreven problemen bij de introductie van de vernieuwde huisstijl raakten gaandeweg opgelost. En de protesten die her en der weerklonken hadden, vooral met betrekking tot de verplichte beperking van de adressering tot twee administratieve niveaus, ebden weg. In resp. juni 1999 en mei 2000 verschenen telkens bijgewerkte edities van de handleiding *Huisstijl herstijld*. Alle informatie over de huisstijl kan geraadpeegd worden op het intranet van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, en alle sjablonen voor de briefwisseling kunnen er gedownload worden.

De vaststelling die thans gemaakt kan worden, is dat de vernieuwde huisstijl algemeen behoorlijk toegepast wordt. Opvallende uitzonderingen zijn de publicaties van de Vlaamse Bouwmeester en het wagenpark van de administratie Milieu, Natuur-, Land- en Waterbeheer, die niet toelaat dat zijn voertuigen geschilderd worden in de voorgeschreven gele kleur. Het zal overigens nog een hele poos duren vooraleer het hele wagenpark van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap geel geschilderd is. Om extra kosten te vermijden is er immers voor geopteerd om de bestaande voertuigen niet te herschilderen en dus enkel de nieuw aangekochte voertuigen in het geel te steken. Desondanks beginnen de gele voertuigen van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap een vertrouwd gegeven in het straatbeeld te worden. Slordigheden zijn er her en der nog wel bij de toepassing van de huisstijl, er worden nog vrij systematisch briefomslagen met het verouderde logo Vlaanderen-Europa 2002 gebruikt, en een aantal werfborden bij wegenwerken hebben het nog over “Vlaams Ge-

west” in plaats van het beter herkenbare “Vlaamse overheid”, maar dat zijn al bij al details.

11.1.2 In aansluiting op de vernieuwing van de huisstijl van haar eigen diensten besliste de vorige Vlaamse regering dat de Vlaamse openbare en wetenschappelijke instellingen de gestileerde leeuw die symbool staat voor de Vlaamse overheid, dienen te integreren in hun eigen logo's. Een beperkt aantal instellingen gaf reeds uit eigen beweging uitvoering aan deze beslissing. Zij werden daarin evenwel nog niet gevolgd door een meerderheid van de instellingen. De nieuwe Vlaamse regering heeft trouwens ook geen prioriteit gemaakt van deze integratie.

Bij evenementen die financiële steun ontvangen van de Vlaamse overheid, worden de bepalingen van de vernieuwde huisstijl dan wel weer consequenter toegepast. Dat is bijvoorbeeld het geval bij bepaalde sportmanifestaties en de evenementen in het kader van de Elfdaagse. De sponsorvermelding “met steun van de Vlaamse overheid” ontbreekt er niet.

12 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.

12.1 Brussel

De beleidsnota Brusselse Aangelegenheden 2000-2004 besteedt veel aandacht aan de Vlaamse communicatiestrategie voor Brussel. Die heeft een tweeledig doel. Enerzijds wil ze ingaan tegen het eerder negatief imago van Brussel in Vlaanderen. Want hoewel heel wat Vlamingen op een vanzelfsprekende wijze van hun hoofdstad gebruik maken, blijft er een mentale drempel bestaan. Anderzijds wil de Vlaamse overheid met haar communicatiestrategie 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 ontstaat.

Belangrijke instrumenten in de Vlaamse communicatiestrategie voor Brussel zijn de twee uitgaven van vzw De Stadskrant, die complementair zijn : *Brussel Deze Week* en *Tram 81*. Het Nederlandstalige weekblad *Brussel Deze Week* richt zich tot de Nederlandstalige Brusselaars en alle geïnteresseerden. De verspreiding gebeurt op naam via de post, op basis van een geactualiseerd adressenbestand. *Tram 81* verschijnt pas sinds maart 1999. Naast Nederlandstalige bevat het blad ook Franstalige en Engelstalige artikelen. Het verschijnt tien keer per jaar en wordt op 404.000 exemplaren bus aan bus verspreid bij de hele Brusselse bevolking. Beide periodieken hebben aandacht voor alle aspecten van de grootstad Brussel, maar leggen toch de klemtoon op het leven van de Vlaamse Brusselaars. In december 1999 en januari 2000 organiseerde het onderzoeksbureau Dimarso een publieksenquête over beide publicaties. Daaruit bleek dat *Brussel Deze Week* op het goede spoor zit en zijn doel-

stellingen grotendeels waarmaakt. *Tram 81* daarentegen worstelt met een ernstig verspreidingsprobleem en kan conceptueel en inhoudelijk zeker nog worden verbeterd.

Ook de regionale zender TV-Brussel is een belangrijk informatiekanaal voor de Vlaamse Brusselaars. Sinds 1999 worden de informatieve programma's van de zender voorzien van Franse en Engelse onderschriften. Nog in 2000 wordt een publieksonderzoek van TV-Brussel voorzien.

In juli 1999 verscheen in zes talen (Nederlands, Frans, Engels, Duits, Spaans en Italiaans) de informatiebrochure *Brussel, een veelkleurig mozaïek*. In de brochure stelt de Vlaamse gemeenschap (d.w.z. niet alleen de Vlaamse overheid, maar al wat deel uitmaakt van het Vlaamse gemeenschapsleven in Brussel) zich in haar rijke verscheidenheid voor. Naast verspreiding via de vaste distributiekkanalen van de Vlaamse overheid werd de brochure ook bekendgemaakt met advertenties in Franstalige kranten en periodieken voor expats, en 30.000 exemplaren van de Nederlandstalige versie werden verspreid in de Vlaamse secundaire scholen.

Inspanningen om de tweetaligheid van Brussel aan te moedigen hebben maar zin als de Vlaamse bezoekers en gebruikers van Brussel - pendelaars, kooplustigen, bezoekers - het vanzelfsprekend vinden om er Nederlands te spreken. Om dit te bevorderen werd in 1999 een bewustmakingscampagne "Spreek steeds uw taal in Brussel" opgezet, met advertenties in de kranten en radiospots. In 2000 wordt opnieuw campagne ter promotie van het Infocentrum Wonen in Brussel gevoerd, met een eerste golf in het voorjaar en een tweede in oktober. In het kader van Brussel 2000 werden in het voorjaar een aantal Brusseldagen georganiseerd. Het ging onder meer om leraarsdagen van het onderwijstijdschrift *Klasse* (3000 deelnemers) en seniordagen van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap.

In het eerste halfjaar van 2000 is de start voorbereid van een Vlaams-Brussels communicatiecentrum, dat centraal in Brussel ingeplant zal worden. Het wordt uitgebouwd in samenwerking met de Vlaamse Gemeenschapscommissie en zal vier geledingen bevatten : een centrale informatiedienst, een onthaal- en promotiedienst, een dienst voor cultuurcommunicatie en de reeds bestaande huisvestingsdienst Wonen in Brussel. Het moet voor alle Brusselaars en voor de bezoekers een begrip worden, zodat zij voor informatie over de Vlaams-Brusselse voorzieningen, evenementen en andere stadsinformatie nog slechts aan één adres denken.

12.2 Vlaamse Rand

Enkele reeds vroeger opgestarte initiatieven liepen het voorbij jaar door. Dat was het geval voor de publicatie van een reeks advertenties die zich richten 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 1999 het extra-katern *Rand-uit* toegevoegd, een culturele agenda voor de betrokken gemeenten.

De aparte beleidsnota 2000-2004 over de Vlaamse Rand besteedt nogal wat aandacht aan het naast elkaar bestaan van de verschillende Nederlandstalige publicaties. Want naast de *Randkrant* is er in enkele gemeenten ook de door de vzw De Rand uitgegeven tweemaandelijks cultuurkrant, en wordt er nagedacht over een dorpskrant in sommige gemeenten, vooral in “de zes”. De beleidsnota pleit voor de fusie van de twee vzw's die op dit vlak actief zijn, nl. vzw De Rand, uitgever van de cultuurkranten, en vzw Informatie Vlaamse Rand, uitgever van de Randkrant en initiatiefnemer van de dorpskranten. In afwachting van een definitief akkoord over die fusie stelt de beleidsnota voor de *Randkrant* verder te laten verschijnen en de vzw De Rand van haar kant in elk der zes faciliteitengemeenten tien keer per jaar de “gemeenschapskranten 2000” te laten publiceren, 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. Daarnaast kondigt de beleidsnota aan dat de regionale tv-zenders ROB, Ring TV en TV-Brussel aangespoord zullen worden om meer programma's over lokale aangelegenheden uit te wisselen en op die wijze tot een grotere informatiedoorstroming te komen.

Een merkwaardig communicatie-initiatief betrof de uitgave van het educatieve stripverhaal *De Vermetele Verzamelaar*. Daarmee wou de Vlaamse overheid ook met name de jongeren betrekken bij haar onthaal- en communicatiebeleid voor de Vlaamse Rand. Het brengt het verhaal van een Schotse jongen die als zoon van een diplomaat in Tervuren komt wonen en daar een spannend avontuur met boekendieven meemaakt. Meteen bevat het heel wat informatie over Vlaanderen. Van de strip zijn vertalingen in het Engels, Frans en Duits gepubliceerd en verspreid bij de vele anderstaligen in de Vlaamse Rand. Maar ook de Nederlandstalige jeugd wordt ermee bereikt : sommige scholen maken dankbaar gebruik van dit stripverhaal om bijvoorbeeld de lessen staats(her)vorming op een leuke manier te ondersteunen.

13 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. Met overheidscommunicatie in de enge zin heeft het weinig te maken. Maar overheidscommunicatie kan slechts vruchtbaar zijn in een omgeving waar mensen weten hoe de democratische instellingen werken, met die instellingen kunnen omgaan en zelf ook democratisch ingesteld zijn. Gevormde kritische burgers zijn de beste voedingsbodem voor volwassen overheidscommunicatie. Daarom heeft de Vlaamse overheid ook het voorbije jaar voor de vierde opeenvolgende keer vanuit de centrale werkingsbudgetten voor de voorlichting een krediet ter beschikking gesteld voor de realisatie van dit educatieve project.

13.1 Het in 1996 opgestarte project “De kracht van je stem” heeft tot doel leerlingen in het lager en secundair onderwijs kennis, inzichten, vaardigheden en attitudes bij te brengen die hen in staat stellen om als kritisch individu en burger te handelen in onze democratische rechtsstaat. Het project wil daartoe voor de verschillende studierichtingen en onderwijsniveaus (van basisonderwijs tot derde graad secundair onderwijs) pasklaar didactisch materiaal en methodieken uitwerken en verspreiden, teneinde leerlingen vertrouwd te maken met de democratie en met de werking van onze instellingen, van gemeente tot Verenigde Naties. Het gaat daarbij uit van de eigen leefwereld van de jongeren. Het project wordt in opdracht en met de steun van de Vlaamse overheid ontwikkeld door de Vlaamse Onderwijsraad (VLOR). De betrokkenheid van de VLOR waarborgt de sterkst mogelijke betrokkenheid en inbreng van een groot aantal bij het onderwijs betrokken instanties. Binnen de VLOR coördineert een gedetacheerde leerkracht de realisatie van het project. De eigenlijke redactie van het educatieve materiaal is toevertrouwd aan vijf ontwikkelingsgroepen, die bestaan uit door de netten afgevaardigde pedagogisch begeleiders en leerkrachten.

Eerder al, in het voorjaar van 1999, konden de eerste producten van het project verspreid worden naar alle betrokken scholen. Het ging toen om een informatiemap voor alle leerkrachten die met “De kracht van je stem” willen werken, ongeacht het vak dat zij onderwijzen of de leeftijd of het niveau van hun leerlingen, en verder vier voor de leerlingen van de 3de graad algemeen, kunst- en technisch secundair onderwijs (ASO-KSO-TSO) ontwikkelde modules en een bijhorende handleiding voor de leraar.

13.2 In de loop van het vierde werkingsjaar van het project, in mei 2000, is dan het afgewerkte materiaal dat ontwikkeld is door twee van de andere ontwikkelingsgroepen, voorgesteld en overhandigd aan de Vlaamse Onderwijsminister. Het ging enerzijds om het materiaal voor de leerlingen van de 2de, 3de en 4de graad van het beroepssecundair onderwijs en de bijhorende handleiding voor de leraar, en anderzijds de handleiding voor de leerkracht met opdrachtenbladen en groeiposters voor de leerlingen van de 3de graad basisonderwijs. Voor alle leeftijdsgroepen wordt dezelfde opdeling in modules toegepast: mensenrechten en kinderrechten, democratie en rechtsstaat, verkiezingen en partijen, en overheden en instellingen. De wijze waarop deze materies behandeld worden, kan sterk verschillen. Maar essentieel is wel dat al het materiaal nauw aansluit bij de eindtermen en leerplannen en op die wijze een grote directe bruikbaarheid heeft voor leraren en scholen. Het materiaal kan zowel binnen de vakken als projectmatig gebruikt worden.

Ondertussen is ook één van de vier modules voor de leerlingen van de 1ste graad secundair onderwijs gerealiseerd. Zij is net als de andere modules voor dit onderwijsniveau ontwikkeld door een afzonderlijke ontwikkelingsgroep in samenwerking met het Centrum voor Informatieve Spelen (CIS), dat de onderwerpen in spelvorm verwerkt heeft. De overige modules voor de 1ste graad secundair onderwijs zullen in de eerste

maanden van het schooljaar 2000-2001 verschijnen en bij de scholen verspreid worden.

Ten slotte is ook de in het vorige Jaarverslag reeds aangekondigde educatieve cd-rom “De kracht van je stem” verschenen. Hij is gebaseerd op een concept van prof. dr. Georges De Corte (UIA) en richt zich in de eerste plaats tot de leerlingen van de 3de graad ASO-KSO-TSO (al kan hij van evenveel nut zijn voor ouders en jongere leerlingen). Ook de cd-rom vertrekt van de ervaringen die je opdoet als adolescent en burger in een democratische samenleving : gaan stemmen, verder studeren, een job zoeken, je mening uiten, inspraak eisen. Hij koppelt deze belangstellerssferen aan topics die geregeld hun plaats opeisen in de media.

Van elk van deze educatieve producten is met het oog op de bekendmaking een gratis exemplaar bezorgd aan alle Vlaamse scholen die het niveau en de studierichting in kwestie aanbieden. Verdere exemplaren worden aan zeer lage kostprijs te koop aangeboden, hooguit de technische kostprijs wordt aangerekend. De eerste reacties van leraren en begeleiders die het materiaal in de klas gebruiken, waren bijzonder positief, en de belangstelling zeer bemoedigend.

13.3 Het komende schooljaar wordt nog werk gemaakt van de overige drie doedozen voor de 1ste graad secundair onderwijs en van het materiaal voor de 2de graad ASO-KSO-TSO. Het project denkt evenwel nog verder en ervaart nog heel wat educatieve noden inzake burgerschapsvorming die een antwoord behoeven. De meest dringende zijn de ontwikkeling van educatief materiaal voor de overige niveaus van het basisonderwijs en voor het buitengewoon onderwijs, en daar wil het project reeds in 2000-2001 aan werken.

13.4 Maar daarnaast signaleert de centrale werkgroep van het project dat “De kracht van je stem” ook educatief materiaal kan ontwikkelen voor het deeltijds beroepsonderwijs en de sector basiseducatie. Het project zou gemakkelijk ingeschakeld kunnen worden voor de uitwerking van kant en klaar materiaal in het kader van het inburgeringsbeleid van de Vlaamse regering. Dat inburgeringsbeleid houdt in, zoals het Vlaams

Regeerakkoord het stelt, dat nieuwkomers in Vlaanderen “kennismaken met onze democratische waarden” - de parallel met “De kracht van je stem” ligt voor de hand.

Het gebruik van het bestaande materiaal in de lessen en scholen kan verder gestimuleerd en verbeterd worden via de nascholing voor leerkrachten en de presentatie van de didactische producten in de instituten voor lerarenopleiding.

Ten slotte is er vraag naar een discussieplatform op het internet waar leraren die van het materiaal gebruik maken, ervaringen kunnen uitwisselen, het project evalueren en suggesties doen voor de verdere invulling ervan. Het internet zou trouwens uitgebouwd kunnen worden tot een volwaardig platform voor het project, als evaluatie-instrument voor het materiaal, ontmoetingsforum voor leraren en leerlingen, gegevensbank met educatief materiaal, en kanaal voor het stellen en beantwoorden van vragen. Dat zou wel betekenen dat het project niet langer een ad-hocgegeven blijft maar omgebouwd wordt tot een vaste structuur. Daar valt trouwens heel wat voor te zeggen. De discussie hierover dient echter nog opgestart te worden - bij voorkeur op vrij korte termijn al. Maar eerst dient er duidelijkheid te komen over de voortzetting en subsidiëring van het project voor de eerste paar jaren.

14 Wetenschappelijk onderzoek

In het kader van het door de Vlaamse regering opgezette programma Beleidsgericht onderzoek liepen het voorbije jaar twee onderzoeken die een directe bijdrage kunnen leveren tot het algemene communicatiebeleid van de Vlaamse overheid. Het ene beoogde een vergelijkende studie naar voorlichting en publieksmeting in landen die vergelijkbaar zijn met Vlaanderen. Het andere wil materiaal aanleveren voor een doelgroepencommunicatiebeleid van de Vlaamse overheid.

14.1 Vergelijkende studie over voorlichtingsbeleid

De onder leiding van prof. dr. Patrick Vyncke en prof. dr. Els De Bens van de Universiteit Gent uitgevoerde vergelijkende studie over het voorlichtingsbeleid in enkele andere West-Europese landen, werd geselecteerd binnen het eerste programma Beleidsgericht Onderzoek (1997), loopt over 22 maanden en wordt tegen het najaar van 2000 afgerond. Het wil materiaal aanreiken voor de organisatie en structurering van het voorlichtingsbeleid in Vlaanderen. Dat kan met name al relevant blijken wanneer in de loop van 2000 binnen de uitwerking van de nieuwe organisatiestructuur voor de Vlaamse overheidsadministratie ook knopen doorgehakt zullen moeten worden over de plaats en werkingsmodaliteiten van de communicatiefunctie (zie hiervoor ook hfst. 22, p. 68). Het Gents onderzoek richt zich prioritair op de structuren, organisatie en werkwijze van de Nederlandse Rijksvoorlichting, met haar relatief lange en ontegensprekelijk rijke traditie inzake systematisch denken over en bouwen aan overheidsvoorlichting. Daarnaast bestudeert het ook de organisatie van de overheidsvoorlichting in twee andere federale staten, Zwitserland en Duitsland. In Zwitserland gaat de aandacht vooral naar de Bondskanselarij, enkele departementale informatiediensten en de informatiedienst van het kanton Bern. In Duitsland naar het Bundespresseamt, de informatiediensten van de federale ministeries, en de informatiediensten van de ministeries van één deelstaat, nl. Saksen.

14.2 Doelgroepencommunicatie

Een jaar later (programma Beleidsgericht Onderzoek 1998, goedgekeurd in 1999) zette de Vlaamse regering het licht op groen voor een onderzoeksvoorstel van Eric Goubin van de onderzoeksgroep Memori van de Katholieke Hogeschool Mechelen in samenwerking met prof. dr. Jan Van den Bulck van de KU Leuven. Zij willen relevante publieksgroepen voor de communicatie van de Vlaamse overheid in kaart brengen en screenen, en een instrument ontwikkelen dat de Vlaamse regering en haar diensten in staat stelt om bij informatie- en voorlichtingsacties voor de respectieve publieksgroepen een adequate mediamix uit te werken. Dit onderzoek is opgestart in februari 2000 en loopt over twee jaar. Het sluit naadloos aan bij de klemtoon op doelgroepencommunicatie die de nieuwe Vlaamse regering wil leggen in haar totale mediacommunicatie, zoals trouwens ook blijken mag uit de door de Vlaamse regering goedgekeurde heroriëntatie van het centrale communicatiebudget vanaf het begrotingsjaar 2001 (zie hiervoor hfst. 18.1.3, p. 59). Het onderzoek moet het doelgroepen denken in de voorlichtingsstrategie van de Vlaamse overheid ondersteunen, communicatiedoelgroepen in functie van de dienstverlening specificeren en aangeven welke media en kanalen de meest geschikte zijn per doel en doelgroep. Anders dan in het oorspronkelijke onderzoeksvoorstel voorzien, zal de studie zich niet bij voorbaat toespitsen op probleemdoelgroepen, maar uitgaan van de dienstverleningspakketten van de Vlaamse overheid om de nood aan doelgroepencommunicatie te bepalen.

15 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 geen plaats vonden.

15.1 Kwaliteitszorg bij voorlichtingsproducten

Het Jaarverslag 1998 (pp. 40-41) pleitte voor een meer systematische kwaliteitszorg bij bepaalde soorten voorlichtingsproducten. Daarbij werd vooral gedacht aan de vulgariserende publicaties in grote oplage (folders en brochures) en de deelsites van www.vlaanderen.be. Bij het internet moest de aandacht van de te beperkte mankracht het voorbije jaar evenwel volledig toegepitst blijven op de technische operationaliteit en de heroriëntatie van de koepelsite, zodat er voor de kwaliteitscontrole zo goed als geen ruimte overbleef.

Voor wat de publicaties betreft werd wel op zoek gegaan naar een methodiek die kan leiden tot een structurele kwaliteitsverbetering. 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 zgn. Plus-en-minmethode voorgesteld werd. Dit is een haalbare - want goedkope en niet te omslachtige - methode om ontwerpen van groot-publiekpublicaties gedetailleerd te testen bij de doelgroep. De voorgestelde methode sprak nogal wat mensen aan, maar is achteraf - vooralsnog - niet op systematische wijze toegepast bij de voorbereiding van nieuwe publicaties. Gebrek aan mankracht bij de cel externe communicatie verhinderde dat de nodige follow-up gegeven kon worden onder de vorm van ondersteuning en verdere sensibilisering. Het blijft een uitdaging voor het komende werkjaar.

15.2 Distributie van publicaties

Belangrijke distributiekkanalen voor de publicaties van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap zijn de openbare bibliotheken, de gemeentebesturen en de eigen administratieve gebouwen van de Vlaamse overheid. In 1994 en '95 is een systematisch distributiesysteem via deze kanalen opgezet (zie Jaarverslag 1994, pp. 22-25). Het is gebaseerd op een netwerk van vaste contactpersonen bij elke bibliotheek en elk gemeentebestuur, en werkt met een 1000 informatiezuilen "informatie van de Vlaamse overheid", waarin alle nieuwe publicaties opgenomen moeten worden.

In het voorjaar van 2000 heeft een studente Communicatie van de Erasmushogeschool bij wijze van stagewerk onderzoek gevoerd naar het beheer en gebruik van de informatiezuilen. Het onderzoek beperkte zich wel tot de provincie Vlaams-Brabant, maar de resultaten ervan gelden wellicht breder. Het wees uit dat de kwaliteit en kwantiteit van de aangeboden folders en publicaties in veel gevallen te wensen overlaat. De onderzochte zuilen bevatten slechts een fractie van de recent opgestuurde publicaties, maar veelal bevatten zij wel folders die ondertussen verouderd zijn en brochures van andere overheden. Te weinig contactpersonen (zes op tien bij de gemeentebesturen, en iets meer dan drie op tien bij de bibliotheken) maken gebruik van de mogelijkheid tot bijbestellen van publicaties via elektronische weg.

Het is duidelijk dat dit distributiesysteem via bibliotheken en gemeentebesturen toe is aan een grote beurt. En aan een meer continue kwaliteitscontrole, waarbij regelmatige evaluatie ter plaatse en een nauwere samenspraak met de lokale contactpersonen een absolute noodzaak zal zijn. Hoewel de afdeling Communicatie & Ontvangst niet over personeel beschikt om deze taak te klaren, zal zij het komende werkjaar toch initiatief moeten ontwikkelen om deze permanente kwaliteitscontrole te organiseren.

Tegelijk kan men niet voorbij aan de vaststelling dat daarnaast best nog andere kanalen - de Vlaamse Infolijn is er één van - ingeschakeld worden voor de distributie van de publicaties van de Vlaamse overheid. Een zo laag mogelijke drempel is een basisvereiste voor een communicatiebeleid dat groot belang blijft hechten aan de ruime verspreiding van gedrukte eerstelijns-informatie.

15.3 Invoering van de euro

In november 1999 is binnen het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap en bij de Vlaamse openbare instellingen de omzendbrief verdeeld die aangeeft hoe de Vlaamse overheidsdiensten in de overgangsperiode tot eind 2001 in hun externe communicatie moeten omgaan met de euro. Omdat het in die overgangsperiode mogelijk is de euro te gebruiken in het girale en elektronische betaalverkeer, en om de mensen vertrouwd te maken met de nieuwe munt, stelt de omzendbrief het principe in dat tijdens de overgangsperiode ook de Vlaamse overheid in haar communicatie systematisch alle bedragen zoveel mogelijk zowel in Belgische frank als in euro uitdrukt. Hij geeft aan hoe deze dubbelvermelding in de praktijk toegepast moet worden.

In publicaties geldt de dubbelvermelding altijd, behalve wanneer de teksten betrekking hebben op de periode vòòr 1999, bijvoorbeeld een jaarverslag over 1998. Bestaande publicaties kunnen verder in gebruik blijven, met een addendum erbij dat de dubbelvermelding bevat. Bij de dossiergebonden communicatie (formulieren, brieven, faxen, e-mails, enz.) daarentegen geldt de dubbelvermelding enkel waar de regelgeving dit reeds toelaat. Dat is zo voor alles wat met fiscaliteit te maken heeft, maar op het vlak van subsidies en dergelijke is het nog lang niet altijd het geval. Hier wordt de dubbelvermelding dus geleidelijk ingevoerd.

De omzendbrief geeft ook de verschillende schrijfwijzen van de dubbelvermelding aan, en geeft vuistregels voor de toepassing van de dubbelvermelding bij mondelinge communicatie met burgers of klanten.

De verspreiding van een omzendbrief is één zaak, de toepassing ervan een andere. De informatie-ambtenaar vreest te moeten vaststellen dat de dubbelvermelding in de praktijk van de Vlaamse overheidscommunicatie nog lang geen vanzelfsprekendheid is. Alleszins zal in het laatste anderhalf jaar dat voorafgaat aan de daadwerkelijke invoering van de euro, de inspanning om systematisch naast de waarde in Belgische frank ook die in euro te vermelden, behoorlijk opgedreven moeten worden.

16 Communicatie in de zeven departementen van het ministerie

Dit Jaarverslag besteedt ook aandacht aan de communicatie-organisatie en -activiteit in de zeven departementen van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. Binnen dat ministerie is communicatie immers een verregaand gedecentraliseerde bevoegdheid. De verantwoordelijkheid voor de communicatie over beleids-ondersteuning, beleidsuitvoering en dienstverlening ligt in de eerste plaats bij degenen die inhoudelijk verantwoordelijk zijn voor de beleids-ondersteuning, beleidsuitvoering en dienstverlening, elke administratie en afdeling van het ministerie dus. Hieronder volgt dan ook, eerder bij wijze van illustratie, een kort overzicht. Het beoogt helemaal geen volledigheid, maar toont wel duidelijk aan hoe de communicatie binnen de diensten van de Vlaamse regering toch wel op zeer uiteenlopende wijzen georganiseerd en beoefend wordt.

16.1 Departement Coördinatie

16.1.1 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 communicatieacties. Haar activiteiten vormen een der hoofdbestanddelen van dit Jaarverslag. Ook de afdeling Kanselarij komt, met de uitgave van de Vlaamse Codex (zie hfst. 1.4, p13) en de communicatie van de cellen Coördinatie Brussel en Coördinatie Vlaamse Rand (zie hfst. 12, p. 42-43) elders in dit Jaarverslag aan bod.

16.1.2 De administratie Buitenlands Beleid van haar kant beschikt over een aparte cel Promotie, protocol en public relations. Die verzorgt sinds jaren een hele reeks eigen publicaties, waaronder het promotietijdschrift in twee taalversies *Flanders/La Flandre* en losse brochures, en activiteiten die Vlaanderen bekend en herkenbaar

moeten maken in het buitenland. Deze cel verzorgt ook de Engelstalige website www.flanders.be.

16.2 Departement Algemene Zaken en Financiën

16.2.1 Al is het een horizontaal departement, toch blijkt een flink deel van het takenpakket van het departement Algemene Zaken en Financiën aanleiding te geven tot externe communicatie. Dat is met name het geval voor de administratie Planning en Statistiek. Daar is voor het internet (www.vlaanderen.be/statistiek/basiskaart) de Basiskaart Vlaanderen ontwikkeld, die een massa statistische gegevens over Vlaanderen geografisch opgesplitst in beeld brengt. De trimestriële *Conjunctuurnota voor Vlaanderen* is vernieuwd en aangevuld met bijkomende indicatoren. Sinds februari 2000 kan op de statistiekenwebsite www.vlaanderen.be/statistiek/conjunctuur een poortsite geraadpleegd worden met meer dan 250 links naar andere conjunctuuranalyses uit binnen- en buitenland. In februari 2000 verscheen op 4.500 exemplaren de nieuwe editie van het ondertussen onmisbaar geworden jaarlijkse referentiewerk VRIND (*Vlaamse Regionale Indicatoren*). Ook de jongste loot van het departement, de Vlaamse Bouwmeester, besteedt structureel veel aandacht aan de externe communicatie; publicaties en communicatie rond vormingsinitiatieven zijn immers belangrijke instrumenten om de kwaliteitsdiscussie over overheidsarchitectuur te stimuleren.

16.2.2 De afdeling Wervingen en Personeelsbewegingen ontwikkelt een vacaturesite; deze zal wellicht vanaf de zomer van 2000 operationeel zijn. Met de vacaturesite kunnen jobzoekers via het internet hun sollicitatie voor een vacature bij het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap indienen. Zij krijgen daarbij de mogelijkheid hun gegevens zelf aan te passen. De kandidaten worden naar gelang van hun keuze van een bepaald interessegebied via een elektronische nieuwsbrief op de hoogte gehouden van vacatures. Het internet wordt ook ingeschakeld voor de ontsluiting van het Vlaams Personeelsstatuut, de personeelsstatuten van de Vlaamse wetenschappelijke en openbare instellingen, en de omzendbrieven van de Vlaamse minister van

Ambtenarenzaken. Nu kunnen die alleen op papier of intern via het intranet geraadpleegd worden, in het najaar van 2000 zal dat ook via het internet kunnen.

16.2.3 Bijzondere mediabelangstelling en -voorlichting was er in verband met de overname door de Vlaamse overheid van de inning van het kijk- en luistergeld en de onroerende voorheffing, en de start van het proefproject Anders Werken bij een groep Vlaamse ambtenaren van het departement Algemene Zaken en Financiën.

16.3 Departement Wetenschap, Innovatie en Media

16.3.1 De administratie Wetenschap en Innovatie stond verder in voor de sensibilisering in verband met het innovatiebeleid van de Vlaamse overheid. Zij deed dat met de laatste fase van de campagne Durf Innoveren, opgebouwd rond de periodieke gratis *Durfkrant* als centraal medium. Daarnaast vormde de wetenschapsinformatie een tweede grote prioriteit. Jaarlijks wordt een Actieplan Wetenschapsinformatie uitgewerkt, dat de verschillende doelgroepen en acties in kaart brengt en er zorg voor draagt dat elke doelgroep aan bod komt. Dat leverde een waaier van diverse acties op. Speciaal voor de schoolgaande jeugd waren er doe-boekjes, doe-pakketten, het wetenschapstheater “Wasda?” (voor het lager onderwijs en studenten pedagogisch onderwijs), de rondreizende Wetenschapstruck Experion en Olympiades. Voor het grote publiek was er een Wetenschapsfeest, waar men kennis kon maken met de leuke en verrassende aspecten van wetenschap en technologie. De oproep tot het indienen van projectvoorstellen wetenschapsinformatie nodigde scholen, verenigingen (bijv. sterrenwachten) en musea uit om zelf een projectvoorstel uit te werken, om daarmee wetenschappelijke of technologische principes voor hun specifieke doelgroepen te verduidelijken. Voor meer wetenschap in de media zorgde de tv-reeks *Overleven*, een coproductie van de VRT en de afdeling Wetenschappen, en de wetenschappelijke interesse van jonge Ketnetkijkers werd aangewakkerd met de uitzendingen van het programma *Curieuzeneuze* – ook een co-productie – en de daaraan verbonden wedstrijd.

16.3.2 De administratie Media legde een sterke klemtoon op de ondersteuning en stimulering van tele-administratieprojecten. Zij verzorgde de publicatie van het Vademecum Tele-administratie via het internet, en stond verder in voor nieuwe afleveringen van de (gedrukte) nieuwsbrief Tele-administratie en een ICT-themanummer van het Vlaams Tijdschrift voor Overheidsmanagement.

16.4 Departement Onderwijs

16.4.1 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 en Infolijn Onderwijs) beschikt hiervoor over 32 personeelsleden (28,4 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.

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 die mate zelfs dat vaste criteria uitgewerkt dienden te worden voor al dan niet deelname. Nieuwe beleidsthema's voor de externe communicatie van het departement Onderwijs waren de

vereenvoudiging van de regelgeving, maatregelen om het lerarenberoep aantrekkelijker te maken, de herwaardering van technisch en beroepssecundair onderwijs, nieuwe media in het onderwijs, financiering en leerlingentelling, en de uitvoering van de goedgekeurde hervormingen (zoals Centra voor Leerlingenbegeleiding en onderwijs voor sociale promotie).

16.4.2 Wat de nieuwe media betreft, werd het initiatief genomen om gaandeweg een overzicht van het hele onderwijsaanbod in Vlaanderen op het internet te zetten. Doel is dat eenieder gemakkelijk de adressen en het onderwijsaanbod van alle scholen kan raadplegen - overigens vanuit de meest gestelde soort vragen aan de Infolijn Onderwijs. Het hele basisonderwijs is reeds op deze wijze ontsloten, het secundair onderwijs volgt. Terwijl dit initiatief bedoeld is voor het brede publiek, richt het project Edulex zich eerder tot het onderwijsveld. Op middellange termijn beoogt Edulex de gefaseerde en gemoduleerde uitbouw van diverse ICT-producten (internet, cd-rom, e-mail) waardoor de juridische aspecten van het onderwijs (regelgeving, rechtsleer, rechtspraak, rechtsliteratuur) op een gebruiksvriendelijke manier aan de onderwijswereld en de burger aangeboden worden. In de loop van 2000 wordt de kernmodule hiervan gerealiseerd : de teksten van de wetgeving en de omzendbrieven worden onderhoudsvriendelijk opgeslagen en ontsloten via het internet, voorzien van klantgerichte zoek- en navigatiefaciliteiten. Dat betekent dat vanaf het schooljaar 2000-2001 de papieren versie van de codificatie van de onderwijsregelgeving en de coördinatie van de omzendbrieven (de zgn. blauwe en witte producten) afgebouwd wordt.

16.4.3 Het personeelsbestand van de Infolijn Onderwijs groeide met twee nieuwe collega's, wat meteen leidde tot een verbetering van de dienstverlening, met een 17.000 beantwoorde oproepen in 1999. Het aantal per dag beantwoorde oproepen steeg daarmee van 41 in 1998 tot 70 in 1999, met augustus, september en in mindere mate ook oktober als piekmaanden. De Infolijn blijft kampen met overbezetting, slechts 70 % der oproepen wordt beantwoord, tijdens de drukke maanden nog minder. Vandaar de nood aan nauwere samenwerking met de Vlaamse Info-

lijn. De Infolijn Onderwijs behandelde ook 1774 brieven, faxen en e-mails (tgo. 736 in 1998). E-mailvragen maakten 81 % van het totaal uit. Getracht wordt om deze steeds toenemende stroom op te vangen door de elektronische post te kanaliseren via de (bescheiden) website van de Infolijn Onderwijs, waar ook een antwoord te vinden is op een aantal veel gestelde vragen. In 51 % van het totaal aantal oproepen slaagt de Infolijn Onderwijs erin zelf te antwoorden, hetzij meteen hetzij na opzoekwerk; in 42 % diende doorverwezen binnen het departement, in 7 % naar een instantie buiten het departement. 50 % van de oproepen komt van de eigenlijke doelgroep, nl. leerlingen (29 %) en ouders (21 %). De leerkrachten vormen met 24 % van de oproepen de tweedegrootste groep.

16.5 Departement Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur

16.5.1 De komst van een nieuwe departementale opdrachthoudster externe en interne communicatie in de eerste maanden van 1999 - nadat de functie een hele poos niet ingevuld gebleven was - betekende een sterke impuls voor de ontwikkeling van de communicatiefunctie binnen het departement Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur. Het betekende bijvoorbeeld een nieuwe start voor de departementale werkgroep Communicatie, die voordien een tijdlang stilgelegen had. Enkel deze departementale opdrachthoudster is voltijds belast met communicatie, de communicatieverantwoordelijken in de drie administraties hebben daarnaast nog andere opdrachten. Doch door de expliciete aanduiding van deze communicatieverantwoordelijken in de administraties, waarbij de communicatie nu ook opgenomen is in de functiebenamingen van deze mensen, heeft de communicatie wel meer aandacht gekregen en wordt zij ook meer zichtbaar.

In de administratie Gezin en Maatschappelijk Werk is de externe communicatie vrij sterk ontwikkeld. De communicatieverantwoordelijke van deze administratie heeft ook echt een coördinerende functie en stuurt er een eigen communicatiewerkgroep aan. Bij de administratie Cultuur gebeurde de coördinatie van de externe communicatie tot eind 1999 eerder op afdelingsniveau. Sinds er ook voor deze admini-

stratie een communicatieverantwoordelijke aangeduid werd, is er sprake van een groeiende coördinatie van de communicatie op administratieniveau. Het overleg tussen de communicatieverantwoordelijke en de afdelingen gebeurt bilateraal of via het college van afdelingshoofden. Datzelfde geldt ook voor de administratie Gezondheidszorg.

16.5.2 De departementale opdrachthouder communicatie is ook verantwoordelijk voor de coördinatie van het internetaanbod, zij moet erop toezien dat de bescheiden aanwezigheid van het departement Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur op vrij korte termijn serieus en in vraaggerichte zin uitgebreid wordt. Zij kan daarbij rekenen op de communicatieverantwoordelijken van de drie administraties en een vijftigtal “redacteuren” binnen de afdelingen. In de loop van 1999 werd de klemtoon eerst gelegd op het departementaal intranetaanbod, vanaf eind 1999 is werk gemaakt van de uitbouw van het aanbod voor het internet. De startpagina's Cultuur en Welzijn & Gezondheid zijn al operationeel, evenals de departementale startpagina. Er wordt ook een aparte startpagina Jeugd voorzien. Na de opleiding van de redacteurs worden nu gaandeweg de eerste deelsites toegevoegd.

16.5.3 Met zijn drie administraties die inhoudelijk ver uiteenliggen, is het departement Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur een weinig homogeen departement. Wat de drie wel gemeen hebben, is dat zij zich met hun werking grotendeels richten tot duidelijk afgebakende doelgroepen. Dat maakt het mogelijk de communicatie grotendeels te ontwikkelen in de richting van doelgroepencommunicatie, met bijvoorbeeld nogal wat nieuwsbrieven en tijdschriften. Het grootste, *Weliswaar*, verschijnt tweemaandelijks op 40.000 exemplaren en is bedoeld voor de welzijnswerkers. Het is niet bedoeld als de spreekbuis van de administratie, maar gaat in zijn berichtgeving uit van wat er leeft en gebeurt aan de basis. Er zijn concrete plannen om alvast één van de andere nieuwsbrieven, het *Epidemiologisch Bulletin*, digitaal te verspreiden.

16.5.4 Was 1999 een belangrijk jaar voor de organisatie en coördinatie van de communicatiefunctie binnen het departement, opvallende cam-

pagnes vielen het voorbije jaar niet te vermelden, wat uiteraard veel te maken heeft met de regeringswissel. Wel ging veel aandacht uit naar de organisatie van druk bijgewoonde informatiesessies over de beleidsnota's van de nieuwe Vlaamse minister bevoegd voor Cultuur en Jeugd. Samen met de bijbehorende website gaven zij aanleiding tot een maatschappelijk debat.

16.6 Departement Economie, Werkgelegenheid, Binnenlandse Aangelegenheden en Landbouw

16.6.1 Ook de werkvelden van de vier administraties die deel uitmaken van het departement Economie, Werkgelegenheid, Binnenlandse Aangelegenheden en Landbouw (EWBL) liggen ver uiteen. De sturing en coördinatie van de communicatie vindt vooral op het niveau van deze vier administraties plaats. Ook tijdens het voorbije jaar was er weinig sprake van sturing op departementaal niveau, onder meer doordat de departementale opdrachthouder slechts een klein deel van zijn tijd kon inruimen voor de communicatie. De ambitie leek ook niet aanwezig om terzake sterk sturend op te sturen vanuit het departementale niveau. Het feit dat het departement gedurende meer dan een halfjaar geen secretaris-generaal had, zal hier niet vreemd aan zijn. Deze bespreking van de communicatie in het departement EWBL sluit trouwens sterk aan bij wat reeds in het Jaarverslag 1998 geschreven werd, opvallende organisatorische evoluties vielen er niet te noteren.

Twee administraties beschikken over een voltijds communicatieverantwoordelijke. Bij de administratie Landbouw is die tegelijk ook perswoordvoerder, bij de administratie Werkgelegenheid is dat niet het geval. Binnen de administratie Binnenlandse Aangelegenheden blijft de communicatie een teamaangelegenheid: verschillende personeelsleden binnen de afdeling Juridische Aangelegenheden en Verkiezingen zijn er deeltijds belast met communicatietaken. Een belangrijk accent vormt er de verdere uitbouw van de deelsite op het internet.

Bij de administratie Economie is het plaatje minder eenduidig. Er zijn afdelingen waar slechts occasioneel rond communicatie gewerkt wordt,

andere afdelingshoofden hechten een groot belang aan een structurele aanpak van de communicatie en streven naar een planmatige benadering ervan.

Binnen elke administratie is één ambtenaar - hoewel niet noodzakelijk voltijds - verantwoordelijk voor de coördinatie van het internetaanbod, doch er is geen departementale afstemming van dit aanbod. Wel zijn de administraties Economie en Werkgelegenheid actief betrokken bij de uitbouw van het ondernemersloket ondernemen.vlaanderen.be.

16.6.2 Een belangrijk inhoudelijk accent vormde het voorbije jaar de communicatie in de aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen van 8 oktober 2000. In dat kader werd een campagne gehouden om actieve burgers ertoe te stimuleren zich kandidaat te stellen voor de verkiezingen en ter voorbereiding daarvan een door de administratie Binnenlandse Aangelegenheden georganiseerd vormingspakket te volgen. Niet minder dan 2300 mensen namen uiteindelijk deel aan deze vormingssessies. Zoals reeds eerder gesignaleerd vormt de organisatie van informatiesessies en studiedagen een vaak toegepast voorlichtingsinstrument, dat was zeer uitgesproken het geval voor de administratie Werkgelegenheid. Bij de administratie Landbouw gaat veel aandacht naar de deelname aan beurzen.

Een belangrijk communicatiegegeven blijft het Euro Info Centre, dat aansluit bij de afdeling Europa Economie. Het stond onder meer in voor een aangepaste editie van de Subsidiewegwijzer voor ondernemingen, zowel in gerukte vorm als op cd-rom en via het internet.

16.7 Departement Leefmilieu en Infrastructuur

16.7.1 Ook bij het departement Leefmilieu en Infrastructuur (LIN) beschikken de zes administraties over een grote mate van autonomie bij de organisatie en invulling van hun communicatie. De meeste administraties beschikken hiervoor over één of meer gespecialiseerde medewerkers. De werking van deze cellen of personen kan zeer verschillende accenten opleveren. Op departementaal niveau is een voltijds

opdrachthoudster communicatie actief; zij maakt nu deel uit van de afdeling Organisatie, een onderdeel van de bovenbouw van het departement. Zij spitst haar werking toe op het begeleiden van de administratie-overschrijdende projecten of campagnes, de communicatieplanning, de ondersteuning van de communicatie van de bovenbouw van het departement, en de ondersteuning van het mediabeleid. Eind 1999 is een vernieuwd maandelijks communicatie-overleg opgestart waaraan naast de departementale opdrachthoudster communicatie ook de communicatieverantwoordelijke van elke administratie van LIN deelneemt.

16.7.2 De afdeling Beleid van de bovenbouw communiceert over twee belangrijke maatschappelijke thema's. Enerzijds werd in samenwerking met o.a. Ovam, het departement EWBL en de VDAB de website 'ondernemen Vlaanderen' verder verfijnd en ontwikkeld en is een elektronische nieuwsbrief voor ondernemers opgestart. Anderzijds werden alle participanten in het waterbeleid samengebracht in een forum. Samen werkten zij aan een visie over het integraal waterbeleid. Onder begeleiding van een extern bureau werden in een aantal sessies de standpunten van deze ruime groep betrokkenen bij de watersystemen onderzocht en gebundeld in een Langetermijnvisie Integraal Waterbeleid.

16.7.3 Elders in dit Jaarverslag (zie hfst. 7.3, p. 30) wordt dieper ingegaan op de opvallende evolutie van het laatste jaar bij het departement LIN om bij de uitwerking en realisatie van beleidsmatig belangrijke infrastructuurprojecten met grote gevolgen voor de betrokken bevolking, van meet af aan substantiële aandacht te besteden aan een geïntegreerde aanpak van de communicatie in al haar aspecten. Veelal wordt in die gevallen de uitwerking van communicatiestrategie en -begeleiding uitbesteed aan een gespecialiseerd bedrijf. Vooral bij de administratie Waterwegen en Zeewezen waren er projecten die op deze wijze aangepakt werden. Dat was het geval voor de projecten 'Ontsluiting van de Kusthavens', 'Integraal Kustzonebeheer', 'Gecontroleerd overstromingsgebied Kruisbeke-Bazel-Rupelmonde', 'Integraal waterbeleid in het Demerbekken' en 'Grensmaas'. Vaak gaat het om materies en campagnes die domein-

overschrijdend - met Aminor of de afdeling Beleid - of Europees ingebed zijn. Voor het studieproject 'Langetermijnvisie Schelde-estuarium', een samenwerkingsverband tussen Nederland en Vlaanderen, werden strategie en communicatie uitgewerkt door de departementale opdracht-houdster en haar Nederlandse collega. De administratie Waterwegen en Zeewezen heeft ook concrete plannen om in de tweede helft van 2000 een algemene communicatiestrategie uit te werken en hiervoor een gespecialiseerd communicatie-adviesbureau in te huren.

In mei 2000 werd het RIS-Vlaanderen (Rivier Informatie Service) voorgesteld. Dit informatie-systeem over de Vlaamse waterwegen zal later deel uitmaken van een ruimer Europees informatienetwerk voor de binnenvaart. In het voorjaar startte de administratie Waterwegen en Zeewezen met een maandelijkse thematische nieuwsbrief.

16.7.4 Ook bij de administratie Wegen en Verkeer worden soms al externe specialisten ingeschakeld voor strategisch communicatieadvies, maar toegespitst op belangrijke wegenwerken die spectaculaire verkeershinder met zich meebrengen. Dat was het geval voor de provinciale afdeling Wegen Antwerpen, en is ook in voorbereiding voor de provinciale afdeling Wegen Vlaams-Brabant, die zich voorbereidt op werken aan het viaduct van Vilvoorde. 'Antwerpen Mobiel' is in de stijgers gezet en wordt een gezamenlijk initiatief van de stad Antwerpen, de NMBS, De Lijn en de Vlaamse overheid. Het is een gecoördineerde communicatiecampagne over alles wat met mobiliteit te maken heeft in en om Antwerpen.

Belangrijke aandachtspunten in de externe communicatie van Wegen en Verkeer blijft de sensibilisatie in verband met de mobiliteitsproblematiek. In het tijdschrift *Uitweg* en de daarmee samenhangende affichecampagnes langs de gewestwegen komen thema's als verkeersveiligheid, verkeersleefbaarheid en andere aspecten van mobiliteit aan bod. Samen met het Belgisch Instituut voor de Verkeersveiligheid en de andere gewesten werd campagne gevoerd rond de zwakke positie van de voetganger in het verkeer.

In opdracht van de Vlaamse overheid organiseert het Komitee Milieu & Mobiliteit (Komimo) jaar-

lijks de Week van de Zachte Weggebruiker en de Week van de Vervoering'. Ook deze campagnes willen aanmoedigen tot een ander mobiliteitsgedrag en het gebruik van andere vervoersvormen promoten. Een belangrijke uitdaging voor de mobiliteitssectoren in LIN wordt het Vlaams Verkeerscentrum dat instaat voor het opmaken en verspreiden van multimodale verkeersinformatie aan weggebruikers, een intelligente verkeersregeling en een goed incidentenbeheer. Het Verkeerscentrum is ingericht in Wilrijk. Bij de uitbouw en werking ervan zal een structurele plaats voor de communicatie voorzien worden. Via dit centrum worden al automatisch reisadviezen op tekstborden geprogrammeerd en onder meer uitgewisseld met Nederland bij verkeershinder op de snelwegverbinding tussen Antwerpen en Rotterdam.

De Verkeersinfo-website werd grondig bijgestuurd en uitgebreid met een real time overzicht van de wegwerkzaamheden én de verkeerssituatie in Vlaanderen. Binnenkort kunnen reizigers er ook advies kunnen inwinnen over het meest geschikte vervoermiddel (bus, trein, auto) en de beste keuze van verplaatsing.

16.7.5 Een externe audit van de administratie Milieu-, Natuur-, Land- en Waterbeheer (Aminor) heeft uitgewezen dat het met het oog op een geïntegreerde aanpak aangewezen is de communicatie weg te halen uit de afzonderlijke afdelingen en ze in een aparte afdeling of cel onder te brengen; er werd echter beslist op dat advies niet in te gaan. Er was ook een specifieke communicatieaudit; die had betrekking op de afdelingen Bos & Groen en Natuur, waar sensibilisering en communicatie al langer als kerntaak gelden. De communicatieverantwoordelijke van de administratie heeft prioritair werk gemaakt van een knelpuntenanalyse van de communicatie binnen Aminor, en werkte met de communicatiemensen van de afdelingen aanbevelingen uit die moeten leiden tot een betere structurering van de communicatie. Aminor maakt wellicht meer dan andere administraties werk van de communicatieplanning; de link met de decretaal voorziene planmatige aanpak van het milieubeleid ligt voor de hand. Ook met de openbare instellingen die actief zijn in de milieu-sector (OVAM, VLM, VMM) werd opnieuw een communicatieoverleg gestart om wederzijdse af-

stemming van de talrijke initiatieven te bewerkstelligen.

Milieu-educatie blijft een belangrijke taak van Aminal. De educatiewebstek (www.mina.vlaanderen.be/milieueducatie) kreeg een nieuw gezicht en wordt regelmatig geactualiseerd. Een opmerkelijk nieuw initiatief was de start van de sensibiliseringscampagne voor rationeel watergebruik met hoogtepunt op 22 maart, Wereldwaterdag. Trekker was de afdeling Water in samenwerking met de Vlaamse Milieu-maatschappij.

16.7.6 Ook bij Ruimtelijke Ordening gaat veel aandacht naar de aanmaak van educatief materiaal. In de loop van 1999 is de realisatie van een vormingspakket afgerond. Er is ook een vulgariserende brochure uitgegeven die ingaat op de verschillende aspecten van ruimtelijke planning en uitvoering en bestemd is voor het brede publiek. Het handhavingsbeleid van de Vlaamse regering is uitgegroeid tot een beleidsthema dat sterke emoties oproept. De tv-beelden over afbraak van woningen laten weinigen onberoerd. Veel aandacht ging daarom naar de communicatie. Voor iedere zaak werd steeds een uitvoerig persdossier samengesteld, waardoor ook het standpunt van de overheid beter aan bod kwam in de berichtgeving en een meer genuanceerd beeld van het handhavingsbeleid in de media kon ontstaan. De afdeling Bouwinspectie wil de communicatie verder verbeteren en gaf een communicatiebureau de opdracht een communicatiestrategie op langere termijn te ontwikkelen. Vanaf 2000 moeten de effecten daarvan voelbaar worden. Er werd ook gericht voorlichting georganiseerd voor specifieke doelgroepen zoals architecten, aannemers en rijkswachters. Bij het in werking treden van het belangrijke nieuwe Decreet Ruimtelijke Ordening op 1 mei 2000 was er een korte campagne met advertenties en regeringsmededeling, om de bevolking duidelijk te maken dat dit Decreet ook gevolgen kan hebben voor hun eigen situatie.

In de sector huisvesting werd onder meer campagne gevoerd om de verzekering voor bouwers tegen inkomensverlies beter bekend te maken, en is de website 'Wonen in Vlaanderen' in ontwikkeling. Die zal naast allerhande beleidsinformatie ook formuleren voor de tegemoetko-

mingen on line aanbieden, evenals de gegevens van ondersteunende instanties in de sociale-huisvestingssector. Monumenten en Landschappen lanceerde een eigen website, met een schat aan cultuurhistorische informatie.

16.7.7 De administratie Ondersteunende Studie en Opdrachten ten slotte is sowieso minder direct op externe communicatie aangewezen. Zij blijft een sterke klemtoon op interne kwaliteitszorg leggen, maar startte in 1999 met een werkgroep die onderzoekt wat de communicatiebehoefte van haar externe doelgroepen zijn en hoe daarop ingespeeld kan worden. Deze administratie heeft immers een schat aan geotechnische en bouwtechnische informatie die ze gebruiksvriendelijk ter beschikking wil stellen van derden.

16.7.8 Het departement Leefmilieu en Infrastructuur beschikt over de modernste apparatuur voor digitaal drukwerk - een 3000 aanvragen op jaarbasis - en heeft een volwaardige DTP- en foto/videoploeg. Dit laat toe om snel op de bal te spelen bij het ontwikkelen van bijv. folders, brochures of tentoonstellingsmateriaal.

Organisatie van de communicatie

17 Communicatieplanning

17.1

De introductie vanaf 1997 van departementale communicatiejaarplannen als instrument van communicatieplanning is verre van probleemloos verlopen en heeft trouwens slechts binnen een paar departementen tot een bevredigend - d.w.z. praktisch bruikbaar - resultaat geleid. In de Jaarverslagen 1996 (pp. 51-54), 1997 (pp. 58-61) en 1998 (pp. 69-70) is hier al uitgebreid op ingegaan en is de analyse van deze moeilijke introductie gemaakt. Het voorbije jaar is aan dit gegeven weinig veranderd. Het beeld blijft over de zeven departementen heen zeer verscheiden.

17.2

Uit het verhaal van de departementale communicatiejaarplannen lijken alvast twee grote conclusies getrokken te kunnen worden. De voorname is dat deze jaarplannen slechts bestaansrecht verwerven wanneer er concrete budgettaire gevolgen aan verbonden zijn: communicatiejaarplannen worden ernstig genomen in de mate dat zij beslissend zijn voor de toekenning van budgetten aan communicatie-initiatieven. Dat is bijvoorbeeld het geval voor het departementaal communicatiejaarplan van het departement Onderwijs: omdat het communicatiebudget voor dat departement voor een groot deel gelocaliseerd is bij de afdeling Informatie en Documentatie Onderwijs, is het jaarlijkse Communicatieplan van deze afdeling een essentieel werkingsinstrument voor de communicatie van het departement Onderwijs. Dat ligt in andere departement verschillend. Waar de communicatiejaarplannen enkel neerkomen op een inventarisatie van communicatieacties en -producten, is hun toegevoegde waarde gering en wordt de opmaak ervan - misschien terecht - als een overbodige last ervaren.

Het tweede besluit heeft betrekking op de samenwerking tussen kabinetten en administratie. Communicatiejaarplannen worden maar relevant voor de concrete communicatiepraktijk wanneer zowel het betrokken ministerieel kabinet als de administratie bij de opmaak ervan betrokken zijn

en er onderling overleg over gepleegd hebben. Communicatieplannen die puur binnen de administratie tot stand komen, houden onvoldoende rekening - of kunnen onvoldoende rekening houden - met beleidsmatige prioriteiten. Communicatieplannen die van kabinetten uitgaan, focussen op een beperkte selectie beleidsmatig prioritaire communicatieacties en hebben doorgaans minder oog voor de kleinere of continu doorlopende initiatieven die vanuit de administratie aangestuurd worden. Zij spitsen zich veelal toe op de zeer korte termijn, en de kabinetten hebben het vaak moeilijker met communicatieplanning op jaarbasis. Overleg - bij voorkeur geregeld overleg - tussen kabinet en administratie is een volstrekte noodzaak om tot behoorlijke jaarplanning te komen.

17.3

Elders in dit Jaarverslag (zie hfst. 18.1, p. 59) wordt uitgebreider ingegaan op de belangrijke beslissing dd. 7 april 2000 van de Vlaamse regering om de Vlaamse ministers budgettaire te responsabiliseren voor hun eigen communicatieacties, en met ingang van 2001 een horizontaal begrotingsprogramma communicatie te creëren. Het kan bijna niet anders of deze beslissing zal ingrijpende gevolgen hebben voor de communicatieplanning. Het opstarten van een horizontaal programma communicatie impliceert immers dat nog enkel budgetten die in de begroting expliciet voor communicatie voorzien zijn, ook echt voor communicatie-uitgaven gebruikt kunnen worden. Men kan niet langer zijn toevlucht nemen tot andere budgetten die toevallig nog voorhanden zijn.

Met het oog op de voorbereiding van de begroting voor 2001 worden de kabinetten en administratie er zo voor het eerst toe verplicht om reeds in het voorjaar van 2000 gedetailleerd na te denken over de (zowel eenmalige als periodieke of continue) communicatie-initiatieven en -activiteiten die het volgende jaar gerealiseerd moeten worden, en deze plannen snel te vertalen in budgettaire termen. Dit komt neer op een andere, meer pragmatische vorm van communicatiejaarplanning: men plant nu niet meer vanuit een theoretisch uitgangspunt - de wenselijkheid van een planmatige aanpak - maar omdat de strik-

tere begrotingsregels ertoe verplichten. Misschien zal de verplichting een heel stuk efficiënter blijken dan het principe. De voornaamste verschillen met de pogingen tot communicatiejaarplanning van de vorige jaren zijn het feit dat de jaarplannen nu niet meer per departement geconsolideerd worden, en het vooralsnog ontbreken van een algemeen toepasbare methodiek voor de communicatieplanning. Het uitwerken van zo'n methodiek wordt trouwens een belangrijke uitdaging voor het komende werkjaar.

De informatieambtenaar en zijn medewerkers stimuleren en begeleiden de kabinetten en administratie bij deze budgetplanning. Zij hebben de communicatieverantwoordelijken opgeroepen om de in 2001 noodzakelijke acties te inventariseren, de ministeriële woordvoerders voor verdere afstemming in contact gebracht met de departementale communicatiecoördinatoren, en hen geadviseerd bij de planning van hun campagne- en andere voorstellen. Zij zorgen in nauwe samenspraak met de technisch coördinator tevens voor mediaplannen op basis waarvan het mogelijk wordt begrotingsvoorstellen voor campagnes uit te werken en maximaal te onderbouwen.

De voornaamste uitdaging vormt evenwel niet de sensibilisering van de communicatiemensen, veruit de meesten onder hen zijn reeds meer dan overtuigd van de noodzaak van een planmatige aanpak. Communicatieplanning is evenwel functie van de totale planning van beleid en beleidsuitvoering. Alleen wanneer er duidelijkheid bestaat over de beleidsplannen zelf voor het komende jaar, kan de communicatieplanning aansluiten. Al degenen die verantwoordelijkheid dragen voor de beleidsondersteuning, zowel binnen de kabinetten als bij de leidinggevende ambtenaren, moeten zich mee verantwoordelijk voelen voor een der belangrijkste instrumenten ter ondersteuning van het beleid: de communicatie. Het is van het grootste belang hen op deze medeverantwoordelijkheid aan te spreken, zodat zij er bij de planning van beleid en beleidsuitvoering voldoende aandacht voor hebben en de communicatiespecialisten tijdig inschakelen.

18 Communicatiebudget

18.1 Centraal communicatiebudget

18.1.1 De budgetten voor de uitvoering van het algemene communicatiebeleid zijn opgenomen in programma 11.2 (“Kanselarij en Voorlichting”) van de Vlaamse begroting. In 1999 waren dat vooral basisallocatie 12.11 “Allerhande uitgaven i.v.m. algemene en/of gemeenschappelijke manifestaties, interne en externe communicatie” (61,2 miljoen fr. na begrotingscontrole), 12.12 “Allerhande uitgaven i.v.m. intranet/internet (36,7 miljoen), 12.17 “Allerhande uitgaven i.v.m. infotelefoon van de Vlaamse overheid” (50,4 miljoen) en 12.20 “Allerhande uitgaven i.v.m. informatie- en sensibiliseringscampagnes (218,5 miljoen na begrotingscontrole)

In de begroting 2000 bleef de structuur van de centrale budgetten voor communicatie ongewijzigd. Twee posten werden licht verlaagd, nl. basisallocaties 12.11 (algemene en/of gemeenschappelijke manifestaties, interne en externe communicatie - 58,1 miljoen na begrotingscontrole) en 12.20 (informatie- en sensibiliseringscampagnes - 216,4 miljoen na begrotingscontrole). Het bedrag van de overige basisallocaties bleef ongewijzigd: 12.12 (internet/intranet - 36,7 miljoen) en 12.17 (Vlaamse Infolijn - 50,4 miljoen).

18.1.2 De vorige Vlaamse regering opteerde er in 1998-1999 voor om de besteding van het centrale communicatiebudget (basisallocatie 12.20) veel sterker toe te spitsen op de communicatie over haar centrale beleidsprioriteiten. Voor advertenties en campagnes betekende dit de facto het einde van het sinds 1994 (in het kader van het Protocol Steun aan de Geschreven Pers) toegepaste derdebetalersysteem waarbij kabinetten en administratie voor hun advertentiënoden konden putten uit het centrale communicatiebudget.

Weliswaar maakte de nieuwe Vlaamse regering een gedeelte van het restbudget op dit begrotingsartikel in 1999 vrij voor enkele sectorale campagnes van Vlaamse ministers, om op deze wijze tegemoet te komen aan enkele dringende maar ten gevolge van de regeringswissel niet begrote

communicatienoden. Doch op 7 april 2000 besliste de Vlaamse regering tot een belangrijke heroriëntatie van het centrale communicatiebudget vanaf het begrotingsjaar 2001. Tevens besliste zij het lopende begrotingsjaar 2000 voor wat het centrale communicatiebudget betreft in te vullen als een overgangsjaar.

18.1.3 Vanaf 2001 wordt volledig afgestapt van het derdebetalersysteem, waarbij ministers en administraties konden putten uit het centrale communicatiebudget voor de campagnes die op hun bevoegdheden betrekking hebben, de zgn. sectorale campagnes. Vanaf 2001 kan het centrale communicatiebudget dus niet meer aangesproken worden voor de financiering van sectorale campagnes van Vlaamse ministers of administraties.

Het centrale communicatiebudget wordt voorbehouden voor enerzijds de financiering van de algemene of overkoepelende campagnes van de Vlaamse regering, en anderzijds voor initiatieven die de campagnes en communicatie-initiatieven van de Vlaamse regering en haar regering generiek ondersteunen.

Bij de algemene campagnes kan het zowel gaan om campagnes die de Vlaamse identiteit ondersteunen als campagnes ter bekendmaking van de algemene dienstverlening van de Vlaamse overheid. Ook de campagnes ter ondersteuning van het algemene beleid en de dienstverlening van de Vlaamse regering en de administratieve mededelingen (zoals de bekendmaking van nieuwe adressen en telefoonnummers van kabinetten of administratie) die uitgaan van de administratie Kanselarij en Voorlichting, worden aangerekend op het centrale budget.

Daarnaast wordt het centrale communicatiebudget expliciet ingeschakeld voor de generieke ondersteuning van de communicatie van de Vlaamse regering en haar ministers en hun diensten. Twee nieuwe accenten worden daarbij gelegd. De Vlaamse regering wil op een systematische wijze werk maken van doelgroepencommunicatie, waarbij een doorgedreven gebruik gemaakt wordt van gespecialiseerde media die een meer gecibleerde benadering van de vooraf afgebakende doelgroepen mogelijk maken. Om het

meeste resultaat te halen dient de doelgroepencommunicatie op periodieke basis en met duidelijk herkenbare boodschappen via vaste media of kanalen te verlopen. Het periodieke of regelmatige karakter van deze communicatie verhoogt de herkenbaarheid, de geloofwaardigheid en de impact van de opgenomen informatie. Het centrale communicatiebudget zal op structurele basis ingeschakeld worden voor de financiering van deze systematische en periodieke doelgroepencommunicatie.

Tweede accent wordt de meer systematische toepassing van effectmeting bij campagnes. Vooral bij duurdere communicatie-initiatieven, en zeker bij multimediale campagnes, is een effectieve en efficiënte inzet van de middelen van het grootste belang. Een optimalisering van deze bestedingen is dringend nodig. De inzet van substantiële middelen voor communicatie moet ook verantwoord kunnen worden tegenover het Vlaams Parlement en de publieke opinie. Het is daarom de bedoeling systematisch de impact van de campagne op de te bereiken doelgroep(en) te laten meten, en de conclusies uit deze metingen op zo'n wijze te verwerken dat zij gevaloriseerd kunnen worden bij de aanpak van volgende campagnes. Binnen de Vlaamse administratie dient de knowhow uitgebouwd te worden voor de organisatie van deze effectmeting en voor de valorisatie der resultaten ervan. Het centrale communicatiebudget zou ingeschakeld worden voor het opzetten, in samenwerking met de academische wereld en gespecialiseerde onderzoeksbureaus, van een methodiek voor effectonderzoek (met nulmeting, pretest en/of postevaluatie) bij Vlaamse overheidscampagnes, voor de systematische toepassing ervan bij de grotere campagnes, en voor de valorisatie van de onderzoeksresultaten.

18.1.4 Voor wat de besteding van het centrale communicatiebudget betreft geldt het lopende begrotingsjaar 2000 als een overgangsjaar. Enerzijds beschikten verscheidene ministers en administraties voor dit jaar over geen of onvoldoende middelen om nochtans dringende of noodzakelijke campagnes te voeren, en waren zij dus aangewezen op het centrale budget. Daarom besliste de Vlaamse regering 51,8 miljoen fr., of ongeveer een kwart van het totale centrale bud-

get, voor te behouden voor 7 verschillende sectorale campagnes van Vlaamse ministers - een uitloper van het derdebetalersysteem dus. Anderzijds wilde de Vlaamse regering reeds in 2000 een aanzet geven tot een systematischer doelgroepencommunicatie en begeleidend effectonderzoek, en maakte zij daar voor het eerst middelen voor vrij. Ten slotte werd ook een deel van het centrale budget bestemd voor de algemene communicatie van de Vlaamse regering.

18.2 Sectorale communicatiebudgetten

18.2.1 De feitelijke optie van de vorige Vlaamse regering om het centrale communicatiebudget volledig in te schakelen voor de algemene communicatie over haar beleid, en dat centrale budget dus niet langer ten dienste te stellen van de sectorale communicatie van de Vlaamse ministers en hun diensten, heeft al bij al weinig gevolgen gehad voor de eigen communicatiebudgetten van de ministers en administraties, de zgn. sectorale communicatiebudgetten. Ze heeft er niet toe geleid dat de vakministers noemenswaardig meer eigen budget gingen voorzien voor de voorlichtingsinitiatieven die zij wensten te ondernemen. Ook de communicatie die de informatieambtenaar met het oog op de begrotingsopmaak 2000 zowel naar directieraden als nieuwe kabinetten toe opzette om hen te wijzen op de feitelijke afbouw van het derdebetalersysteem, resulteerde slechts in een zeer bescheiden meeraandacht vanwege de vakministers voor eigen voorlichtingsbudgetten.

18.2.2 De hierboven reeds aangehaalde beslissing dd. 7 april 2000 van de nieuwe Vlaamse regering in verband met de communicatiebudgetten is daarom van het grootste belang. Want tegelijk met de heroriëntatie van het centrale communicatiebudget besliste de Vlaamse regering dat de ministers die binnen het kader van hun eigen bevoegdheden campagnes of andere communicatie-initiatieven wensden te ondernemen, hiervoor voortaan eigen budgetten dienen te gebruiken. Zij moeten die ook apart voorzien in hun begrotingsvoorstellen. De ministers en hun administraties worden dus budgettair volledig geresponsabiliseerd op het vlak van hun communicatie.

18.2.3 De beslissing van 7 april 2000 ging nog een stap verder. Met ingang van de begroting 2001 wordt een zgn. horizontaal programma communicatie ingesteld, zodat alle begrotingsposten die betrekking hebben op communicatie als zodanig herkenbaar gemaakt worden. Concreet betekent dit dat er per programma een (nieuwe) basisallocatie gecreëerd wordt, waarop alle uitgaven inzake communicatie geplaatst moeten worden. In de begrotingsinstructies voor 2001 zal nauwkeurig aangegeven worden welke uitgaven daaronder dienen verstaan. Het horizontale programma wordt wel beperkt tot de activiteitenprogramma's en heeft dus geen gevolgen voor de zgn. bestaansmiddelen, waarmee onder meer de personeelsuitgaven en de courante kosten voor informatica betaald worden.

Dit uitsluiten van personeelskosten en een groot deel van de informaticakosten betekent dat ook het nieuwe horizontale programma nog geen accuraat beeld te zien zal geven van de totale bedragen die de Vlaamse ministers en hun administraties besteden aan communicatie. Toch vormt het al een grote stap vooruit in de richting van een transparanter aanpak. De vroeger wel eens vaker voorkomende verborgen communicatiebudgetten worden ermee aan de oppervlakte gebracht. Het zal ook een betere verantwoording ten opzichte van het Vlaams Parlement mogelijk maken - want tot nu toe konden parlementaire vragen naar de kostprijs van de communicatie slechts zeer gedeeltelijk en met veel voorbehoud beantwoord worden. Precies omwille van de grotere transparantie heeft de informatieambtenaar in zijn voorgaande Jaarverslagen al verscheidene keren gepleit voor zo'n horizontaal programma.

Het principe van een horizontaal programma communicatie houdt in dat vanaf 2001 nog enkel budgetten die in de begroting expliciet voor communicatie voorzien zijn, daadwerkelijk voor communicatie-uitgaven gebruikt kunnen worden. De vroeger feitelijk bestaande soepelheid om hiervoor, bij gebrek aan aparte budgetten, andere begrotingsposten (zoals algemene werkingskredieten, bepaalde fondsen...) aan te spreken, bestaat dan niet langer. Dit zal nopen tot een veel planmatiger aanpak van de communicatie, zowel beleidsmatig als administratief - zie hiervoor hfst. 17.3, p. 57). In welke mate de

consequente toepassing van het horizontale programma communicatie ook zal leiden tot een toename van de kredieten voor communicatie, valt thans nog af te wachten.

19 Interdepartementaal overleg en netwerkvorming inzake communicatie

19.1

Er bestaat niet langer een formeel interdepartementaal overleg inzake communicatie-aangelegenheden. De informatieambtenaar heeft reeds in het Jaarverslag 1998 zijn ontgoocheling uitgesproken over de afschaffing van de Interdepartementale Werkgroep Communicatie & Ontvangst als gemandateerd interdepartementaal overlegorgaan. Het verdwijnen van zo'n gemandateerd orgaan binnen het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap is zonder meer een stap achteruit voor de coördinatie van de communicatie. Vooral nu het Vlaams Regeerakkoord aangeeft dat de Vlaamse overheidscommunicatie "vraaggericht uitgebouwd" zal worden, is er in een organisatie als het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, waar de departementen, administraties en afdelingen over een grote autonomie beschikken bij het voeren van hun externe communicatie, eerder nood aan meer dan aan minder onderlinge afstemming.

Ondertussen blijven de communicatieverantwoordelijken van de zeven departementen en de centrale verantwoordelijken voor de communicatie van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap elkaar geregeld - zij het minder frequent - ontmoeten in een Interdepartementaal Overleg Communicatie & Ontvangst, dat weliswaar over geen formele bevoegdheden beschikt.

19.2

Het aantal personeelsleden dat binnen de administraties en afdelingen van het ministerie belast is met communicatietaken, neemt voortdurend toe. Elk opereert binnen zijn eigen sector, soms vrij geïsoleerd. Met uitzondering van de departementale communicatieverantwoordelijken hebben zij weinig contact met de overige departementen, en dus veelal ook weinig zicht op hoe de communicatie elders in het ministerie aange-

pakt wordt. Precies om de informatiedoorstroming te verbeteren heeft de afdeling Communicatie & Ontvangst begin juni 2000 een elektronische nieuwsbrief *Nivo* (van Nieuwsbrief voor Voorlichters) opgestart. Deze nieuwsbrief richt zich tot eenieder die binnen de Vlaamse overheid hetzij binnen de administratie hetzij op een ministerieel kabinet professioneel bezig is met communicatie. Hij geeft beknopte informatie over de dienstverlening die centraal aangeboden wordt en over evoluties op het vlak van regelgeving en beleid van de Vlaamse regering inzake communicatie, maar signaleert ook kort campagnes en andere communicatieacties die bij de Vlaamse overheid in de maak zijn, en relevant nieuws uit de wereld van reclame, overheidsvoorlichting en media.

Nivo wil, op bescheiden wijze en aan een verwaarloosbare kostprijs, bijdragen tot zowel de professionele ondersteuning van alle communicatieambtenaren bij de Vlaamse overheid als netwerkvorming tussen die ambtenaren. Mede om die reden wordt hij niet alleen binnen het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap verspreid, maar ook bij de communicatieambtenaren van de Vlaamse openbare instellingen. De verdere uitbouw van dit netwerk van Vlaamse communicatieambtenaren vormt een belangrijke prioriteit voor de centrale afdeling Communicatie & Ontvangst. Die netwerkvorming wordt ook nog op kleinschaliger niveau opgestart. Zo hebben de medewerkers externe communicatie van de afdeling Communicatie & Ontvangst reeds gezamenlijk vergaderd met alle verantwoordelijken communicatie van de onderscheiden administraties van het departement Leefmilieu & Infrastructuur. Daar is de wens uitgesproken om dit contact op geregelde basis te herhalen.

20 Personeelsondersteuning voor de communicatie

20.1 Centraal

20.1.1 Begin november 1999 heeft het nieuw afdelingshoofd van de afdeling Communicatie & Ontvangst (departement Coördinatie) haar functie opgenomen, nadat deze vier maanden vacant gebleven was. In samenspraak tussen de informatieambtenaar en het nieuw afdelingshoofd is geopteerd voor een verdere nauwe integratie van de cel van de informatieambtenaar binnen de afdeling Communicatie & Ontvangst. Op deze wijze is binnen de afdeling een cel Externe Communicatie uitgebouwd, die bestaat uit vijf voltijdsequivalenten op A1-niveau (adjuncten van de directeur), vier voltijdsequivalenten op C-niveau (medewerkers) en de informatieambtenaar. Dit personeelsbestand is niet toegevoegd ten opzichte van het voorgaande jaar. Wel kon de afdeling Communicatie & Ontvangst ook een webmaster contractueel aanwerven. De cel externe communicatie moest het voorbije jaar nogal wat personeelsverloop ondergaan.

20.1.2 De informatieambtenaar dient erop te wijzen dat dit personeelsbestand ontoereikend is om het takenpakket naar behoren uit te voeren en tegemoet te komen aan de vragen naar ondersteuning en begeleiding die de cel externe communicatie vanuit de departementen in toenemende mate gesteld worden. De recente beslissingen van de Vlaamse regering in verband met de communicatieplanning, het toezicht op en de begeleiding van mediacampagnes, en het opzetten van systematische doelgroepencommunicatie en effectmeting bij campagnes noodzaken een substantiële personeelsuitbreiding van de cel externe communicatie. Dat blijkt ook uit het ontwerp van nieuw personeelsplan dat voor deze cel opgemaakt - maar nog niet goedgekeurd - is. Hoe voorzichtig het ook gehouden is, toch voorziet het een uitbreiding van het aantal A1-personeelsleden van 6 naar 14. Dit ontwerp-personeelsplan gaat nog uit van de bestaande organisatiestructuur van de Vlaamse administratie, en houdt dus geen rekening met een eventuele uitbreiding van de dienstverlening tot de (tot zelfstandige agentschappen om te bou-

wen) Vlaamse openbare instellingen, die wel eens het vrij logische gevolg kan worden van de in het vooruitzicht gestelde reorganisatie van de Vlaamse administratie.

20.2 In de departementen

Het aantal mensen die binnen de onderscheiden administraties en afdelingen van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap belast worden met communicatietaken, neemt voortdurend toe - al blijkt het verre van makkelijk om daar een volledig beeld van te krijgen. In een beperkt aantal gevallen gaat het om jongere mensen die een communicatie-opleiding genoten hebben, vrij vaak echter krijgen ambtenaren die een andere vorming genoten hebben, eerst ad hoc, daarna meer systematisch communicatiewerk te verrichten.

Het voorzien van communicatiefuncties binnen de personeelsformaties en de personeelsplannen van de zeven departementen verloopt op volstrekt ongecoördineerde wijze, de informatieambtenaar heeft er geen weet van dat noch hemzelf noch de overige centrale communicatieverantwoordelijken bij enig dossier om advies gevraagd is bij hetzij het voorzien van communicatiefuncties binnen de departementen, hetzij de concrete aanwervingen ter invulling van deze functies. Aangezien de personeelsplanning tot de autonomie van de departementen behoort, geeft de invulling van de communicatiefunctie blijk van een volkomen gebrek aan coherentie over de zeven departementen van het ministerie heen.

Dat geldt bijvoorbeeld ook - doch lang niet uitsluitend - voor het niveau en de plaats waar de communicatie binnen de onderscheiden departementen personeelsmatig ondersteund wordt. In het ene departement wordt dit gecentraliseerd binnen één afdeling, in andere departementen beslist elke administratie min of meer zelfstandig hoe de communicatie georganiseerd en personeelsmatig ondersteund wordt - zie hiervoor ook hfst. 16 over de communicatie in de zeven departementen van het ministerie.

21 Contacten en samenwerking met andere overheden

21.1 Vlaams Parlement

Het geregeld overleg tussen het hoofd externe relaties van het Vlaams Parlement en de informatieambtenaar van het ministerie van de Vlaamse gemeenschap is het voorbije jaar onverminderd voortgezet, en is ook dat jaar uitgemond in een vlotte samenwerking op communicatievlak tussen Vlaams Parlement en ministerie, zowel naar aanleiding van concrete evenementen, zoals de voorlichting naar aanleiding van de verkiezingen van het Vlaams Parlement, als voor vaste voorlichtingsproducten: het Vlaams Parlement werkt voluit mee aan de Vlaamse Infolijn, de websites van Parlement en ministerie bevatten reeds op hun homepages hyperlinks naar elkaar, en het Vlaams Parlement heeft een veel waardiger en prominenter plaats gekregen in de *Gids van de Vlaamse overheid*.

Ook de samenwerking tussen de nieuwe Vlaamse Ombudsdienst bij het Vlaams Parlement en de Vlaamse Infolijn verloopt vlot. De Ombudsdienst schakelt mensen met informatievragen rechtstreeks door naar de Vlaamse Infolijn. In omgekeerde richting gebeurt vanuit de Vlaamse Infolijn hetzelfde met oproepen die blijken niet zozeer een informatievraag maar eerder een klacht over een Vlaamse overheidsdienst te zijn.

21.2 Vlaamse openbare instellingen

In het Jaarverslag 1998 werd uitgebreid ingegaan op de bepalingen in het nieuwe Openbaarheidsdecreet van 18 mei 1999 die de Vlaamse regering de mogelijkheid bieden om een grotere coördinatie tussen de communicatie van de Vlaamse openbare instellingen en die van de diensten van de Vlaamse regering tot stand te brengen. De Vlaamse regering heeft daarvan nog geen gebruik gemaakt, in die zin dat zij nog geen uitvoeringsbesluit in dit verband goedgekeurd heeft. De verdere voorbereiding van dit uitvoeringsbesluit is trouwens onderbroken in het licht van de prin-

cipiële beslissing die de Vlaamse regering in februari 2000 nam om de Vlaamse overheidsadministratie grondig te hervormen. Ook de Vlaamse openbare instellingen zullen deel uitmaken van deze reorganisatie, en in afwachting dat de hervormingsprincipes hun concrete decretale en reglementaire vertaling vinden, is het onduidelijk hoe de onderscheiden departementen en uitvoeringsagentschappen zich tot elkaar zullen verhouden. Dat deze hertekening van de onderlinge verhoudingen ingrijpende gevolgen zal hebben voor de communicatie van de verschillende entiteiten, hoeft geen betoog. De reorganisatie is het moment bij uitstek om de nauwe onderlinge samenwerking en coördinatie tussen alle administratieve entiteiten van de Vlaamse overheid structureel te verankeren (zie hiervoor hfst. 22, p. 68). Verscheidene ministers van de nieuwe Vlaamse regering hebben trouwens te kennen gegeven dat zij dringend een nauwere coördinatie tot stand willen zien komen tussen de communicatie van hun diensten en de openbare instellingen die actief zijn op hun beleidsdomein.

Ondertussen verloopt de samenwerking tussen de Vlaamse openbare instellingen en de Vlaamse Infolijn heel vlot. En de openbare instellingen doen in toenemende mate een beroep op de afdeling Communicatie & Ontvangst van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap voor ondersteuning en advies bij de uitbesteding van hun mediacampagnes. Het begon ermee dat zij toegang hebben tot de centrale media-aankoop van de Vlaamse overheid en daarmee gegarandeerd de goedkoopste mediatarieven verzekerd krijgen. Een grote meerderheid der instellingen maakt onderhand gebruik van dat aanbod. Maar verscheidene communicatiediensten van openbare instellingen maken ondertussen ook gebruik van de door de afdeling Communicatie & Ontvangst aangereikte voorbeeldbestekken en de daarbij horende begeleiding. Zij betonen ook grote belangstelling voor de door Communicatie & Ontvangst gepromote Argus-beoordelingsmethode voor campagne-offertes. Deze ondersteuning betekent een serieuze niet-voorzien bijkomende werkbelasting voor de afdeling. Niettemin ligt ze voor de hand, de professionele ondersteuning van campagnes is nu eenmaal het voorbeeld bij uitstek waar de schaalvoordelen van een aanpak over de hele Vlaamse administratie heen evident

zijn. De informatieambtenaar pleit er dan ook voor deze en de andere gemakkelijk te verantwoordende toepassingen van schaalgrootte structureel in de organisatie van de communicatiefunctie binnen de nieuwe Vlaamse overheidsadministratie in te bouwen.

21.3 Gemeente- en provinciebesturen

De informatieambtenaar die elk der 308 Vlaamse gemeentenbesturen moet aanstellen, kan een belangrijke intermediair worden voor de communicatie van de Vlaamse overheid. Tegelijk heeft die gemeentelijke voorlichter de informatie van de Vlaamse overheid nodig om zijn taak op gemeentelijk vlak helemaal waar te kunnen maken, en heeft hij ook nood aan vorming, bijscholing en ervaringsuitwisseling. De voorlichters van de Vlaamse overheid en van de gemeentebesturen zijn op elkaar aangewezen en kunnen elkaar behoorlijk vooruit helpen. Precies daarom voorziet het in het voorjaar van 1999 gesloten Pact tussen de Vlaamse regering en de lokale besturen de uitbouw van een netwerk van lokale en Vlaamse informatieambtenaren. Dat netwerk moet twee vormen aannemen: enerzijds een gestructureerd overleg tussen gemeentelijke voorlichters en de communicatieverantwoordelijken bij de Vlaamse administratie, en anderzijds een continue informatievoorziening vanuit de Vlaamse overheid naar de gemeentelijke voorlichters.

21.3.1 Deze informatievoorziening neemt de vorm aan van een elektronische nieuwsbrief, die onder de naam *Dito* sinds eind 1999 wekelijks naar alle gemeentelijke en provinciale informatieambtenaren gemaïld wordt. *Dito* wil de lokale informatieambtenaren beter voor hun taak wapenen door hen systematisch en overzichtelijk alle praktische informatie over de Vlaamse overheid, haar dienstverlening, haar beleid en de uitvoering van dat beleid te bezorgen die zij nodig kunnen hebben bij de uitvoering van hun taak. Dat gebeurt aan de hand van heel korte berichten; wie er meer over wil weten, kan meestal doorklikken naar een website. Er wordt niet alleen informatie over de Vlaamse regering en haar diensten in opgenomen, ook de Vlaamse openbare instellingen komen ruim aan bod. De nieuwsbrief kondigt de voorlichtingscampagnes en

nieuwe publicaties van de Vlaamse overheid aan. Artikelen nemen soms de vorm aan van pasklare teksten, die gemakkelijk zonder meer overgenomen kunnen worden in het gemeentelijk informatieblad. Maar daarnaast wil *Dito* ook bijdragen tot de professionalisering van de lokale informatieambtenaren. Daartoe kondigt de nieuwsbrief de niet-commerciële vormingsinitiatieven aan die specifiek voor overheidsvoorlichters relevant kunnen zijn, en hij bevat ook een uitwisselingsforum waar lokale voorlichters zelf vragen en problemen aan bod kunnen brengen en op de door collega's aangebrachte onderwerpen kunnen ingaan.

De nieuwsbrief richt zich in de eerste plaats tot de gemeentelijke en provinciale informatieambtenaren. Maar die moeten wel digitaal uitgerust zijn. Hoewel eind 1998 minder dan de helft van de gemeentelijke informatieambtenaren over een PC met modem en internetaansluiting beschikte, bleek het aantal informatieambtenaren die de voor hen voorziene e-mailaccount voor *Dito* in gebruik genomen hebben, eind mei 2000 toch al tot 213 opgelopen zijn, bijna zeven op tien dus. De keuze voor exclusief digitale verspreiding van *Dito* was trouwens mee bedoeld om er de gemeentebesturen toe te stimuleren hun informatieambtenaar een aansluiting op het internet toe te staan.

In een eerste fase hebben alleen de gemeentelijke en provinciale infoambtenaren toegang tot het uitwisselingsforum. De bibliothecarissen van de Vlaamse gemeenten ontvangen wel de e-mailniewsbrief, doch hebben geen toegang tot het forum. De nieuwsbrief (exclusief het forum) is voor iedereen toegankelijk via het internet (dito.vlaanderen.be). Na een halfjaar werking werd in juni 2000 op vraag van nogal wat niet-gemeentelijke of niet-provinciale voorlichters beslist het uitwisselingsforum van *Dito* ook open te stellen voor andere professionele overheidsvoorlichters, nadat een informele bevraging ondertussen uitgewezen had dat gemeentelijke informatieambtenaren helemaal geen bezwaar hebben tegen zulk een beperkte uitbreiding van het uitwisselingsforum. Op deze wijze kan *Dito* op termijn uitgroeien tot een ondersteuningsinstrument voor de professionalisering van de hele sector overheidsvoorlichting in Vlaanderen.

In het voorbijgaan weze vermeld dat 12 van de 308 Vlaamse gemeentebesturen nog niet bevestigd hebben dat zij reeds overgegaan zijn tot de (wettelijk nochtans verplichte) aanstelling van een gemeentelijk informatieambtenaar, zo is gebleken uit de bevraging van alle gemeentebesturen met het oog op de start van *Dito*.

21.3.2 Het in het vooruitzicht gestelde netwerk van Vlaamse en lokale informatieambtenaren zal daarnaast ook de vorm aannemen van een overlegforum voor lokale, provinciale en Vlaamse informatieambtenaren. Dit overlegforum zal het officieel platform worden waar communicatieambtenaren van de verschillende overheden elkaar ontmoeten voor overleg over materies van gemeenschappelijk belang en over de raakvlakken tussen hun beroepsactiviteiten. Het zal actief op zoek moeten gaan naar mogelijkheden om samen te werken en de communicatie van de verschillende overheidsniveaus op elkaar af te stemmen. Het zal ook een kanaal voor de Vlaamse overheid worden om geregeld na te gaan hoe haar informatie naar en in de gemeenten en provincies verloopt. En ten slotte kunnen via dit forum beroepservaringen en werkmethodes uitgewisseld, vragen beantwoord en gemeenschappelijke knelpunten aangepakt worden.

Tijdens het eerste halfjaar van 2000 is de opstart van het overlegforum voorbereid. Bij de betrokkenen is gepolst naar de bereidheid tot deelname. Daaruit is een lijst van gemeentelijke en provinciale voorlichters gegroeid die bereid zijn om actief aan het forum deel te nemen. Rekening houdend met evenwichten tussen onder meer grotere steden en kleinere gemeenten, tussen ervaren en min ervaren collega's, tussen de verschillende provincies ook, zal een voorstel van samenstelling aan de Vlaamse minister van Binnenlandse Aangelegenheden voorgelegd worden, waarna het overlegforum tijdens de tweede helft van 2000 daadwerkelijk van start zal kunnen gaan.

21.3.3 Het Pact met de lokale besturen verwijst ten slotte naar de mogelijkheid om gemeentelijke en provinciale informatieambtenaren rechtstreeks toegang te geven tot het uitgebreide databestand van de Vlaamse Infolijn. De ver-

dere uitbouw van de Vlaamse Infolijn zal dit inderdaad mogelijk maken. Verwacht wordt dat de gemeentelijke voorlichters vanaf het najaar van 2000 - dat is iets later dan oorspronkelijk verwacht, een vertraging omwille van puur technische reden - rechtstreeks het kennissysteem van de Vlaamse Infolijn met al zijn wegwijs- en eerstelijnsinformatie over de Vlaamse overheid zullen kunnen raadplegen. De mogelijkheid zal ook voorzien worden dat de gemeenten hun eigen specifieke informatie aan het kennissysteem kunnen toevoegen, om ze op die wijze nog beter en ruimer te ontsluiten.

21.4 Federale overheid

De samenspraak met de federale overheid spitste zich het voorbije jaar toe op de voortzetting van reeds vroeger opgestarte coördinatie, met name wat de Vlaamse Infolijn en de communicatie inzake de invoering van de euro betreft. Het in het vooruitzicht gestelde overleg met het college van informatieambtenaren van de federale ministeries om tot een verfijning van de verwijzfunctie van de Vlaamse Infolijn te komen, had evenwel nog niet plaats. En het door de Federale Voorlichtingsdienst georganiseerd overleg in verband met de publiekscommunicatie ter ondersteuning van de invoering van de euro werd doorkruist door langdurige onduidelijkheid in hoofde van de Europese instanties over de modaliteiten van de Europese medesubsidiëring. Die onduidelijkheid werkt de actieve deelname aan de uitwerking van communicatiemasterplannen niet in de hand.

21.5 Nederlandse Rijksvoorlichting

Het voorbije werkjaar is een vruchtbare samenspraak tot stand gebracht tussen de centrale communicatieverantwoordelijken van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap en de Nederlandse Rijksvoorlichtingsdienst (RVD), die binnen het Ministerie van Algemene Zaken onder meer belast is met voorlichting over het algemene regeringsbeleid en met de coördinatie, facilitering en advisering van de interdepartementale voorlichtingsaangelegenheden. Met name met de Directie Toepassing Communicatie-technieken (DTC) van de RVD is een geregeld overleg en informatieuitwisseling opgestart. De

DTC specialiseert zich in materies zoals de professionele begeleiding van campagnes en de valorisatie van expertise inzake multimediale communicatie, waarop ook de afdeling Communicatie & Ontvangst van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap zich gaandeweg profileert. Het is de bedoeling dat de ambtelijke verantwoordelijken aan Nederlandse en Vlaamse kant elkaar tweemaal per jaar ontmoeten voor overkoepelend overleg; daarnaast is er ook een continue uitwisseling van informatie en ruimte voor tussentijds ad-hocoverleg. Het project Vlaamse Infolijn kent van zijn kant een intense samenwerking met de Postbus 51 Informatiedienst, die eveneens deel uitmaakt van de RVD.

22 Plaats van de communicatiefunctie in de vernieuwde Vlaamse administratie

Op 19 februari 2000 keurde de Vlaamse regering de krachtlijnen goed voor een grondige reorganisatie van de Vlaamse administratie. Voor dit Jaarverslag is in dit verband van belang dat de huidige departementen van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap omgebouwd zullen worden tot kerndepartementen die de beleidsvoorbereiding en beleidsevaluatie als opdracht krijgen. Een aantal beleidsuitvoerende taken worden toevertrouwd aan verzelfstandigde overheidsagentschappen.

Het ligt in de bedoeling om tegen de jaarwisseling 2000-2001 decretaal initiatief te nemen om deze hervorkaveling van de Vlaamse administratie concrete vorm te geven. Ook de communicatiefunctie zal een volwaardige plaats moeten krijgen in de nieuwe tekening. Met het oog daarop formuleert de informatieambtenaar hieronder een voorstel met betrekking tot de plaats die de communicatie in de nieuwe organogrammen en takenpakketten het best toebedeeld krijgt, teneinde de communicatiefunctie op de meest productieve manier te integreren in zowel beleids- ondersteuning als -uitvoering.

22.1 Principes

Bij het uittekenen van de meest geschikte plaats voor de communicatiefunctie wordt uitgegaan van volgende principes.

- a) De verantwoordelijkheid voor de communicatie berust op de eerste plaats bij degenen die - hetzij beleidsmatig hetzij administratief - inhoudelijk bevoegd zijn voor het beleid en de dienstverlening. Die verantwoordelijkheid mag hun niet ontnomen worden. Zij moeten er integendeel maximaal op aangesproken worden. Of om het nog duidelijker te stellen : communicatie is niet alleen een zaak van een afdeling communicatie, maar van

eenieder die met beleid en dienstverlening belast is.

- b) Zo'n communicatiecultuur is evenwel nog geen vanzelfsprekendheid bij de overheid. Dit vormt de grootste uitdaging voor de communicatieverantwoordelijken. Om het met de woorden te zeggen van de gezaghebbende Nederlandse voorlichter Chiel Galjaard in *Overheidscommunicatie : de binnenkant van het vak* (Utrecht, Lemma, 1997, p. 247) : "De kerntaak van een communicatieafdeling is feitelijk : het helpen overbruggen van een cultuurverschil. Binnen de organisatie beraamen specialisten plannen om maatschappelijke problemen op te lossen, de samenleving te verbeteren. Besluiten die genomen gaan worden moeten zo worden vertaald dat mensen daarbuiten erover willen en kunnen meepraten, zodat ze uiteindelijk worden aanvaard en gewaardeerd, (en) zodat, door zo duidelijk en aansprekend te handelen, de organisatie door haar publiek aanvaard en gewaardeerd wordt." De communicatieverantwoordelijken moeten niet alleen ondersteuning en advies aanbieden bij die vertaalslag. Zij moeten - en dat is een hele stap verder - zorgen voor een leerproces, zodat het cultuurverschil vermindert en de organisatie van nature communicatiever gaat handelen. De consequentie is duidelijk : om vertaalslag en leerproces maximaal te kunnen realiseren, moeten de communicatiemensen daar ter plekke ingeplant zijn waar de beleidsondersteuning en -uitvoering plaats vindt, en zij moeten er voldoende dicht aansluiten bij de hoofdverantwoordelijken.
- c) Toch is communicatie ook een specialisme op zich, dat aparte vaardigheden en een grondige kennis van en inzicht in een aantal processen en media vergt. Die specialistische kennis dient centraal aanwezig te zijn daar waar het beleid gecoördineerd wordt - en waar dus ook de communicatie gecoördineerd dient te worden. Daarnaast moet zij ook aanwezig zijn waar het beleid voorbereid en uitgevoerd en de dienstverlening georganiseerd wordt, in elk der departementen en agentschappen dus. De Vlaamse overheid moet bij de inzet van haar personeel voldoende investeren in de professionalisering van haar

communicatie, zowel centraal als in alle departementen en agentschappen.

- d) Met haar meer dan 33.000 ambtenaren vormt de Vlaamse overheid een der grootste organisaties van het land. Ook op het vlak van de communicatie moet zij maximaal voordeel halen uit haar schaalgrootte. Alle zaken waar die schaalgrootte belang heeft, moeten consequent gezamenlijk aangepakt worden over alle overheidsdiensten (kerndepartementen en agentschappen) heen. Dat is bijv. het geval voor de ontsluiting van wegwijs- en eerstelijnsinformatie betreffende de Vlaamse overheid, de distributie van de publicaties van de Vlaamse overheid, de media-aankoop, de ontwikkeling van expertise inzake (uitbesteding van) multimediale campagnes, de ontwikkeling van kanalen voor periodieke doelgroepencommunicatie, de ontwikkeling van systematische effectmetingen bij media-campagnes en de valorisatie hiervan, enz.
- e) De opdeling van de Vlaamse overheidsadministratie over een behoorlijk groot aantal kerndepartementen en agentschappen mag in geen geval leiden tot een versplintering van haar communicatie-inspanning, en daardoor tot een verminderde efficiëntie van haar communicatie of een mindere herkenbaarheid van de Vlaamse overheid. Daarom is centrale sturing en coördinatie van de communicatie nodig, zowel wat het algemeen-inhoudelijke kader betreft als organisatorisch en qua vormgeving (huisstijl).
- f) De ambtenaren die binnen de onderscheiden departementen verantwoordelijk gesteld worden voor de communicatie, mogen niet alleen oog hebben voor hun eigen projecten. Zij moeten die ook situeren en inbedden in de totale communicatie van de Vlaamse overheid. Al zijn zij in de eerste plaats verantwoordelijk voor de communicatie van hun eigen departement, toch dragen zij mee een stuk verantwoordelijkheid voor de communicatie van de totale Vlaamse overheid. Daartoe is een gestructureerd gezamenlijk overleg nodig, waarin zij samen met de centrale verantwoordelijken voor de communicatie een aantal elementen van coördinatie en aftoetsing bepalen voor de Vlaamse overheidscommunicatie.

Samenvattend : de communicatie-inhouden worden, binnen de centraal vast te stellen algemene communicatiestrategie van de Vlaamse regering en haar diensten, decentraal bepaald door degenen die instaan voor het uittekenen en uitvoeren van het beleid. Centraal is er ook organisatorische coördinatie en professionele ondersteuning nodig. Doch ook elk der kerndepartementen en agentschappen beschikt over voldoende gekwalificeerd personeel om zijn eigen communicatie professioneel te (laten) realiseren.

22.2 Voorstel van structuur voor de communicatiefunctie

De toepassing van deze principes op de concrete communicatie-activiteit levert volgend plaatje op.

- a) Aan de bevoegdheid voor de persvoorlichting verandert niets. De persvoorlichting blijft dus de bevoegdheid van resp. elke minister en elke administratie. De coördinatie van de persvoorlichting van de Vlaamse regering berust, onder de verantwoordelijkheid van de minister-president, bij de informatieambtenaar. Er dient wel werk gemaakt van een efficiënter organisatie van het ambtelijk woordvoerschap en een betere afstemming van de ministeriële en de ambtelijke woordvoerders.
- b) Bij de publieksvoorlichting, dit is de voorlichter die reageert op de individuele vragen van mensen naar hulp, antwoord of uitleg “op maat”, wordt een essentiële rol voorzien voor de Vlaamse Infolijn. Die is verantwoordelijk voor de ontsluiting via telefoon en website/e-mail van een uitgebreid databestand met wegwijs- en eerstelijnsinformatie over de hele (Vlaamse) overheid, en vormt daarmee het instrument bij uitstek voor de uitbouw van een geïntegreerd informatieloket. De informatie wordt aangeleverd door alle geledingen van de Vlaamse overheid. Daarnaast blijft elk van die geledingen wel verantwoordelijk voor de organisatie van zijn eigen publieksvoorlichting, zowel voor de dossiergebonden als de niet-dossiergebonden vragen. Het is zowel strategisch als operationeel van het grootste belang dat een zeer nauwe en directe band blijft bestaan tussen de leiding van de Infolijn en de centrale coördinatie van het

voorlichtingsbeleid van de Vlaamse overheid. De Vlaamse Infolijn, die opgestart was als tijdelijk project, krijgt een structurele plaats binnen de Vlaamse overheidscommunicatie.

c) De centrale entiteit communicatie is verantwoordelijk voor

- de advisering en ondersteuning van de minister-president en de Vlaamse regering bij de uitwerking en realisatie van het algemene communicatiebeleid, en bij de coördinatie van de communicatie van de Vlaamse overheid;
- de realisatie van de algemene communicatiecampagnes van de Vlaamse regering;
- adviesverlening aan en ondersteuning van de Vlaamse ministers en hun diensten bij de communicatieplanning; sensibilisering van de Vlaamse ministers en hun diensten in verband met communicatiebehoeften en –vraagstukken;
- adviesverlening aan en ondersteuning van de Vlaamse ministers en hun diensten bij de uitwerking en realisatie van mediacampagnes; het gaat in dit geval telkens om projectmatig “maatwerk” naar aanleiding van een specifieke behoefte van de opdrachtgever, en beoogt vooral kwaliteitsverbetering;
- de ontwikkeling en exploitatie van generieke producten, initiatieven en dienstverlening ter ondersteuning van de mediacommunicatie (zoals bijv. uitbestedingsprocedures, mediaaankoop, effectonderzoek, generieke doelgroepencommunicatie, distributie van publicaties,...); de uitbouw van een expertisecentrum voor de mediacommunicatie, en de toepassing van deze expertise op de campagnes van de Vlaamse overheid;
- het toezicht op de mediacampagnes van de Vlaamse regering, de Vlaamse ministers en hun diensten;
- de ontwikkeling en exploitatie van het overkoepelende digitale communicatie-aanbod van de Vlaamse overheid; adviesverlening aan en ondersteuning van de Vlaamse ministers en hun diensten bij de ontwikkeling van hun digitaal communicatie-aanbod en bij de integratie ervan in het totale digitale communicatie-aanbod van de Vlaamse overheid;

- adviesverlening aan en ondersteuning van de departementale communicatieambtenaren, evenals de vorming en bijscholing van en de netwerkvorming tussen deze communicatieambtenaren;
- de organisatie en opvolging van het gestructureerd overleg tussen de departementale en de centrale communicatieverantwoordelijken;
- de kwaliteitszorg van de Vlaamse overheidscommunicatie;
- de integratie van de Vlaamse Infolijn in de algemene communicatiestrategie, en de coördinatie met de Vlaamse Infolijn voor wat de mediacampagnes betreft;
- de coördinatie met de communicatie van de andere overheden, en de ontwikkeling samen met andere overheden, waar wenselijk en mogelijk, van geïntegreerde communicatie-initiatieven;
- de departementoverschrijdende interne communicatie.

De centrale entiteit communicatie maakt deel uit van de diensten van de minister-president.

d) De hierboven geschetste centrale dienstverlening ten behoeve van de diensten van de Vlaamse regering hoeft niet noodzakelijk beperkt te worden tot de departementen van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. Ook de verzelfstandigde agentschappen kunnen rekenen op eenzelfde ondersteuning als de departementen. Voor de soorten generieke ondersteuning waar de schaalgrootte onmiskenbaar voordeel oplevert, spreekt het zelfs voor zich dat ook de agentschappen aansluiten.

e) Een belangrijk luik van het takenpakket van deze centrale entiteit communicatie heeft dus betrekking op de ondersteuning van de Vlaamse regering, de Vlaamse ministers en hun diensten. Deze ondersteuning neemt de vorm aan van uitvoeringsbegeleiding, eerder dan uitvoering zelf. De begeleiding kan zowel toegespitst zijn op de betrokken overheidsdienst (communicatie-advies, juridisch advies, media-advies,...) - en situeert zich dan veelal in de voorbereidingsfase van com-

municatieprojecten - als op de uitvoering van een uitbestede opdracht door een privé-bedrijf. Grotere campagnes en projecten worden steeds uitbesteed, maar ook bij kleinere communicatie-opdrachten wordt steeds meer geopteerd voor het inschakelen van externe dienstverleners. Uitbesteding noodzaakt sturing en begeleiding. Deze uitvoeringsbegeleiding kan op zich nooit uitbesteed worden, de uitvoeringsbegeleiding vormt een kerntaak van de centrale entiteit communicatie.

- f) Moet of mag de entiteit communicatie zich ook inlaten met de eigenlijke uitvoeringstaken? Op deze vraag is een principieel antwoord mogelijk. Doch het is ook mogelijk ze meer genuanceerd te benaderen. In de omringende landen zijn voorbeelden van beide manieren van aanpak te vinden. De bestaande centrale afdeling Communicatie & Ontvangst beschikt in de praktijk voor bepaalde toepassingen (lay-out, fotografie en video-opnames, standenbouw, organisatie van evenementen) over een beperkte uitvoeringscapaciteit binnenshuis. De aanwezigheid hiervan impliceert niet automatisch dat daar ook verder in geïnvesteerd wordt. Een nauwkeurige kosten/batenanalyse moet uitwijzen in welke mate uitvoering binnenshuis concurrentieel is met uitbesteding aan de privé-sector. Bij deze kosten/batenanalyse en de uiteindelijke afweging over eventuele afbouw van de uitvoeringscapaciteit moet ook terdege rekening gehouden worden met kwalitatieve aspecten als soepele beschikbaarheid, leveringstermijnen en kwaliteit van het afgeleverde product. Maar een kernbusiness van de centrale entiteit communicatie blijft de uitvoeringsbegeleiding, en die moet voorrang hebben op de uitvoering zelf.
- g) Omdat de communicatie ten nauwste aansluit bij beleid en beleidsuitvoering, dient elk departement en elk agentschap voor de organisatie van zijn communicatie te beschikken over een volwaardige communicatiecel (of waar aangewezen zelfs –afdeling). Bij de bepaling van het takenpakket van deze cel en zijn taakafbakening t.o.v. de horizontale entiteit communicatie wordt rekening gehouden met de hierboven aangehaalde noodzaak

om de voordelen van de schaalgrootte te maximaliseren (cf. punt d van de Principes) en met het in punt c van dit structuurvoorstel geformuleerde takenpakket van de centrale entiteit communicatie.

Om echt werk te kunnen maken van de hierboven bepleite cultuuromslag, moet deze communicatiecel zich voldoende dicht bij de leiding van het departement of agentschap situeren en er voldoende rechtstreeks mee kunnen praten. De communicatiecel bestaat uit voltijds voor communicatie vrijgestelde communicatiespecialisten. Zij rapporteert rechtstreeks aan de leidend ambtenaar, hetzij als volwaardige afdeling, hetzij als staffunctie bij de leidend ambtenaar. Binnen kerndepartementen met homogene bevoegdheidspakketten is het niet aangewezen dat elke administratie over een aparte communicatiecel beschikt, een centralisatie van de communicatiefunctie op het niveau van het kerndepartement is aangewezen. Bij zeer grote departementen kan wel gewerkt worden met communicatie-antennes binnen de onderscheiden administraties, doch alleen op voorwaarde dat deze rapporteren aan de departementale afdeling of cel communicatie.

De departementale (of agentschaps) communicatiecellen kunnen voor meer gespecialiseerd advies en ondersteuning terugvalen op de centrale entiteit communicatie.

- h) De verantwoordelijken van alle departementale communicatiecellen vormen samen met de verantwoordelijken van de centrale entiteit communicatie een gestructureerd orgaan voor coördinatie en aftoetsing. Deze communicatieraad rapporteert rechtstreeks aan de minister-president, die immers bevoegd is voor de coördinatie van het communicatiebeleid.

Het is de uitdrukkelijke bedoeling dat de departementale communicatieverantwoordelijken binnen deze communicatieraad niet zozeer optreden als vertegenwoordiger en belangenbehartiger van hun departement, maar als medeverantwoordelijke voor de totale communicatie van de Vlaamse overheid. Dit laatste moet ook in de werkingsmodaliteiten van de communicatieraad

en in hun eigen werkingsmodaliteiten structureel verzekerd worden.

De verantwoordelijken van de communicatiecellen bij de agentschappen maken geen deel uit van de communicatieraad. Wel is er nood aan overleg tussen alle communicatieverantwoordelijken bij de Vlaamse overheid. Daartoe wordt een geregeld overleg tussen de communicatieverantwoordelijken van de departementen en de agentschappen en de centrale communicatieverantwoordelijken voorzien.

Het is duidelijk dat de hierboven geformuleerde principes en de daarop gebaseerde structuur afwijken van de als algemeen principe voor de reorganisatie van de Vlaamse administratie vooropgestelde tweedeling tussen beleidsondersteuning (die aan een kerndepartement toevertrouwd wordt) en beleidsuitvoering (die bij de agentschappen berust). Slechts een heel beperkt deel van de voor de Vlaamse overheid te realiseren professionele communicatie-activiteit is pure uitvoering, en die uitvoering wordt in de meeste gevallen uitbesteed. Het leeuwenaandeel van het communicatiewerk vereist een continue interactie tussen de inhoudelijk bevoegde instanties en de communicatieprofessionals, en die wisselwerking is maar mogelijk wanneer de communicatiespecialisten in de directe omgeving van de inhoudelijk bevoegden zitten. De woorden “beleidsondersteuning” en “beleidsuitvoering” kunnen overigens wanneer zij op de communicatie toegepast worden, op zeer verschillende wijzen geïnterpreteerd worden, wat hun bruikbaarheid in deze discussie ondermijnt.

Ook de Nederlandse rijksoverheid, die Vlaanderen voorgegaan is in het opdelen van haar administratie in kerndepartementen en verzelfstandigde agentschappen, heeft doelbewust geopteerd voor enerzijds de centralisatie van haar communicatieondersteuning binnen de Rijksvoorlichtingsdienst en anderzijds de uitbouw van volwaardige afdelingen communicatie binnen elk der departementen. Deze departementen bepalen autonoom de voorlichtingsinhouden en zijn ook verantwoordelijk voor de realisatie van hun communicatie. Maar de sturing, coördinatie en de volledige uitvoeringsondersteuning ten behoeve van alle departementale communicatie-

afdelingen zijn wel de taak van de Directie Toepassing Communicatietechnieken (DTC) binnen de Rijksvoorlichtingsdienst, die op zijn beurt deel uitmaakt van het Ministerie Algemene Zaken en dus onder de directe zeggenschap van de minister-president valt. Deze structuur wordt door de Nederlandse communicatiemensen niet in vraag gesteld, er wordt integendeel aan gedacht de samenwerking tussen de als aparte afdeling binnen de RVD opererende Postbus 51 Informatiedienst – sterk vergelijkbaar met de Vlaamse Infolijn – en de DTC te versterken, of Postbus 51 zelfs te integreren binnen de DTC.

Bijlage

***Communicatieplan
2000-2001 van de
informatieambtenaar***

In aansluiting op de vaststellingen en bedenkingen van het Jaarverslag volgt hieronder het Communicatieplan 2000-2001 van de informatieambtenaar. Het formuleert de actiepunten die hij, in aansluiting op de analyse in dit Jaarverslag, op korte termijn nodig acht voor de ontwikkeling van een volwassen communicatiebeleid van de Vlaamse regering en haar diensten. De actiepunten en hun nummering volgen de indeling van het Jaarverslag. Telkens wordt vooraan aangegeven wie verantwoordelijk is voor de realisatie van het actiepunt. Waar meerdere instanties aangegeven zijn, berust het initiatief bij de eerst vermelde.

Deels geeft het overzicht de projecten aan die de informatieambtenaar het komende werkjaar zelf wil realiseren of waar hij minstens initiatief rond zal ontwikkelen. Als zodanig vormt dit een engagement van zijnenwege.

Anderzijds formuleert het overzicht ook een aantal aanbevelingen voor de korte termijn die de informatieambtenaar ter uitvoering van zijn decretaal opgelegde opdracht doet aan de andere bij het communicatiebeleid van de Vlaamse regering en haar diensten betrokken actoren.

1 Regelgeving inzake overheidscommunicatie

1 Informatieambtenaar - Inventarisatie van informatie en informatiebronnen bij het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, en beschikbaarstelling ervan voor het publiek (cf. art. 23 § 1 van het Openbaarheidsdecreet van 18 mei 1999)

1 Informatieambtenaar - Opmaak van code van goede praktijk voor de toepassing van het nieuwe Openbaarheidsdecreet (cf. art. 23 § 3 van het Openbaarheidsdecreet van 18 mei 1999)

1.1.3 Federaal Parlement - Behandeling van het voorstel van Bijzondere Wet in verband met de bevoegdheid van de federale Controlegecommissie voor de Verkiezingsuitgaven

1.2 Vlaams Parlement - Behandeling van de voorstellen van decreet in verband met de con-

trole op de communicatie van de Vlaamse overheid

3 Persvoorlichting van de Vlaamse regering

3.2 Informatieambtenaar, alle ministeriële woordvoerders - Evaluatie en eventuele bijsturing van het reglement betreffende de persvoorlichting van de Vlaamse regering

3.4 Informatieambtenaar - Operationalisering van thematisch e-mailabonnement op de persmededelingen van de Vlaamse overheid

3.4 Informatieambtenaar - Voorbereiding van nieuwe overeenkomst met Belga voor de verspreiding van persmededelingen

4 Persvoorlichting van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap

4.3 Vlaamse minister van Ambtenarenzaken / informatieambtenaar - Voorbereiding van aanvullende regels in verband met de toepassing van het spreekrecht van ambtenaren

5 Voorlichting van de buitenlandse pers

5.2 Werkgroep Imago Vlaanderen Internationaal - Uitwerking van coherentie communicatiestrategie voor de bekendmaking en imagobevordering van Vlaanderen in het buitenland

6 Ondersteuning en coördinatie van media-campagnes

6 Informatieambtenaar/afdeling Communicatie & Ontvangst - Verdere uitbouw van geïntegreerde ondersteuning en begeleiding bij media-campagnes

6.7 Informatieambtenaar - Uitwerking van voorstel met betrekking tot normen en regels inzake de multimediale communicatie van de Vlaamse regering en haar diensten

7 Informatie- en sensibiliseringscampagnes

7.3 Informatieambtenaar/afdeling Communicatie & Ontvangst - Bijzondere aandacht, onder meer bij de redactie van voorbeeldbestekken en toepassing van beoordelingsmethodes, voor uitbesteding van niet-mediale campagne-opdrachten (strategisch communicatie-advies, communicatiebegeleiding, communicatie-audit,...)

8 Internet

8.1 Afdeling Communicatie & Ontvangst - Uitbouw van vernieuwde koepsite

8.2 Vlaamse regering, Vlaamse administratie - Principesbeslissing in verband met de aanpak van het project Geïntegreerd Loket, en implementatie ervan

9 Vlaamse Infolijn en sectorale infolijnen

9.1.7 Vlaamse Infolijn - Upgrading van het kennissysteem van de Vlaamse Infolijn, en gebruiksvriendelijke ontsluiting van dit kennissysteem via het internet

10 Telefonische ontvangst

10 Alle departementen - Implementatie van het actieplan voor telefonische ontvangst "Klant aan de lijn"

13 Educatief project "De kracht van je stem"

13 Vlaamse Onderwijsraad - Verdere implementatie van het educatieve project "De kracht van je stem"

14 Wetenschappelijk onderzoek

14 Administratie Kanselarij & Voorlichting - Begeleiding van de twee lopende communicatie-onderzoeken in het kader van het beleidsgericht onderzoek

15 Aspecten van coördinatie en ondersteuning

15.1 Informatieambtenaar / Afdeling Communicatie & Ontvangst - Promotie en ondersteuning van pretestmethodiek met het oog op de kwaliteitsbevordering bij publicaties voor een breed publiek

15.2 Afdeling Communicatie & Ontvangst - Opzetten van een methodiek en aanpak van kwaliteitscontrole van informatiezuilen met publicaties van de Vlaamse overheid

15.2 Informatieambtenaar / Afdeling Communicatie & Ontvangst - Verdere uitbreiding van distributiesysteem en -kanalen voor de publicaties van de Vlaamse overheid

15.3 Alle departementen - Correcte toepassing van dubbele prijsvermelding Belgische frank/euro

15.3 Informatieambtenaar / Afdeling Communicatie & Ontvangst - Uitwerking van voorstellen in verband met de communicatie in 2001 en begin 2002 rond de invoering van de euro

Nivo, de nieuwsbrief voor voorlichters bij de Vlaamse overheid

17 Communicatieplanning

17.3 Informatieambtenaar/afdeling Communicatie & Ontvangst - Uitwerking van een methodiek voor de (begeleiding van de) communicatiejaarplanning door administraties en kabinetten

17.3 Alle departementen van het ministerie en alle kabinetten - Opmaak van communicatieplanning voor begroting 2002

18 Communicatiebudget

18.1.3 Administratie Kanselarij & Voorlichting - Opmaak van voorstel van besteding van centraal communicatiebudget in 2002, rekening houdend met de beslissing terzake dd. 7 april 2000 van de Vlaamse regering

18.1.3 Informatieambtenaar/afdeling Communicatie & Ontvangst - Uitwerking van voorstel tot operationaliseren van systematische en periodieke doelgroepencommunicatie

18.1.3 Informatieambtenaar/afdeling Communicatie & Ontvangst - Uitwerking en operationalisering van systematische effectmeting bij mediacampagnes

18.2.3 Alle departementen van het ministerie - Correcte toepassing van het horizontale programma communicatie bij opmaak en uitvoering van begroting 2001

19 Interdepartementaal overleg en netwerkvorming inzake communicatie

19.2 Informatieambtenaar/afdeling Communicatie & Ontvangst - Verdere uitbouw van

20 Personeelsondersteuning voor de communicatie

20.1 Departement Coördinatie - Goedkeuring en implementatie van het personeelsplan externe communicatie

21 Contacten en samenwerking met andere overheden

21.2 Informatieambtenaar/afdeling Communicatie & Ontvangst - Redactie van uitvoeringsbesluit bij het Openbaarheidsdecreet van 18 mei 2000, in functie van de door de Vlaamse regering en Vlaams Parlement nog te nemen beslissingen i.v.m. reorganisatie van de Vlaamse administratie

21.2 Informatieambtenaar/afdeling Communicatie & Ontvangst - Verdere uitbouw van ondersteuning en begeleiding van Vlaamse openbare instellingen bij informatie- en sensibiliseringscampagnes

21.3.1 Informatieambtenaar/afdeling Communicatie & Ontvangst - Verdere uitbouw van *Dito*, de elektronische nieuwsbrief voor gemeentelijke informatieambtenaren

21.3.2 Informatieambtenaar/afdeling Communicatie & Ontvangst - Opstarten van het overlegforum voor lokale, provinciale en Vlaamse informatieambtenaren

22 Plaats van de communicatiefunctie in de vernieuwde Vlaamse administratie

22.2 Bijzondere commissarissen / Vlaamse regering - Bij de uitwerking van de nieuwe organisatiestructuur een volwaardige en duidelijke

lijke plaats voorzien voor de communicatiefunctie, die maximale kansen garandeert voor de integratie van de communicatie in de beleids-ondersteuning en -uitvoering

22.2 Informatieambtenaar - Verdere uitwerking van modaliteiten in verband met de plaats en integratie van de communicatiefunctie in de gereorganiseerde Vlaamse administratie.



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 Michiels - Booischot

Depotnummer D/2000/3241/194

Uitgave juli 2000