

JAARVERSLAG • VOORLICHTINGSAMBTENAAR 2004 - 2005

Een nieuwe lente ...

... een nieuw geluid. Dat is wel het minste wat kan worden gezegd over de periode waarop dit jaarverslag betrekking heeft. Niet alleen beslaat dit verslag het eerste werkingsjaar van de nieuwe Vlaamse Regering, het werd voor het eerst sinds twee jaar opnieuw geschreven door een voorlichtingsambtenaar.

De nieuwe Vlaamse Regering drukte van bij haar aantreden haar stempel op het communicatiebeleid van de Vlaamse overheid.

Enerzijds was er de publicatie van de beleidsnota 'Overheidscommunicatie', die als bijlage bij dit verslag wordt gevoegd. Dat was een primeur voor de Vlaamse overheid. Als eerste Vlaamse Regering erkende deze ploeg het belang van overheidscommunicatie door er een afzonderlijke beleidsnota aan te wijden.

Anderzijds zijn er ook minder positieve tendensen waarneembaar. De meest in het oog springende, is onvermijdelijk de verdere daling van de communicatiebudgetten. Niet enkel het centrale communicatiebudget werd meer dan gehalveerd, ook binnen de afzonderlijke departementen werden de communicatiebudgetten sterk verlaagd. Een en ander wordt ook duidelijk weerspiegeld in de mediabestedingen. De voorlichtingsambtenaar kan weliswaar begrip opbrengen voor het feit dat bij besparingsrondes in eerste instantie richting communicatiebudgetten wordt gekeken maar wil tegelijkertijd sterk waarschuwen voor een te stiefmoederlijke behandeling van de overheidscommunicatie. Zoals de Vlaamse Regering in haar beleidsnota 'Overheidscommunicatie' terecht aangaf, is communicatie geen doel op zich maar dient ze te beantwoorden aan de vragen en behoeften van burgers. Die burger heeft het recht om op een correcte en tijdige manier geïnformeerd te worden. Daar hoeven niet altijd reusachtige budgetten mee gemoeid te zijn (de inkrimping heeft integendeel gezorgd voor een aantal creatieve alternatieven die zich voornamelijk op PR-vlak situeren) maar een minimum aan middelen dient uiteraard wel voorzien te worden.

Een en ander hangt nauw samen met de vereiste 'creativiteit' voor overheidscommunicatie. Sommigen menen dat overheidscommunicatie niet creatief moet zijn en dat het loutere overbrengen van informatie volstaat. Zij beseffen evenwel niet dat creativiteit een belangrijke, zometeen noodzakelijke, voorwaarde is voor het overbrengen van informatie. Ook een overheid dient zich staande te houden in de stortvloed van informatieve boodschappen waarmee de burger in deze multimediale maatschappij geconfronteerd wordt. Dat brengt ons andermaal bij de vaststelling dat creativiteit geld kost, waarmee opnieuw wordt gepleit voor een (budgettaire) herwaardering van de Vlaamse overheidscommunicatie.

Voor het overige geeft het inmiddels twaalfde Jaarverslag van de voorlichtingsambtenaar de lezer een indicatie van de werkzaamheden van de cel van de voorlichtingsambtenaar (cel Externe Communicatie). Zoals de vorige editie wordt ook deze keer het parlementaire jaar als uitgangspunt genomen. De periode die dit verslag beslaat loopt van 1 juli 2004 tot en met 30 juni 2005, enkele uitzonderingen niet te na gesproken.

Ook in deze editie wordt de meeste ruimte uitgetrokken voor een bespreking van de communicatie in de diverse departementen. Na de reorganisatie van de Vlaamse overheid in ministeries en extern en intern zelfstandige agentschappen, zal in deze rubriek aandacht besteed worden aan de communicatie van alle instellingen.

Het mag voor de lezer eentonig overkomen maar zo is dit dankwoord in geen geval bedoeld. Alle personeelsleden van de cel Externe communicatie verdienen een speciaal woord van dank voor het bewaren van hun professionaliteit en kalmte in de vaak moeilijke omstandigheden die dit geenszins evident maakten: Claudine Carels, Willy Coomans, Lieve Debrabandere, Joyce De Cock, Filip De Maesschalck, Bart Nelis, Brigitte Rombaut,



4

Ulrik Van den Bergh, Patrick Vandenberghe, Yves Vander Veecken, Veerle Vandeveldde, Kristien Verbraeken en Marijke Vrijders. Eveneens mijn grootste dank aan secretaris-generaal Eric Stroobants, directeur-generaal Armand De Troyer, de communicatieverantwoordelijken van de zeven departementen en aan het team van Contactpunt Vlaanderen voor de vlotte en collegiale samenwerking.

Jan De Naeyer
Voorlichtingsambtenaar



Inhoud

Voorwoord	3
Inhoud	5
1/ Regelgeving inzake overheidscommunicatie	9
1.1 Controlecommissie voor de Verkiezingsuitgaven.....	9
1.2 Decretale controleregeling voor de Vlaamse overheidscommunicatie	9
1.2.1 Controle op de communicatie van de Vlaamse overheid	9
1.2.2 Controle op de regeringsmededelingen	10
1.2.3 Voorlichtingsambtenaar als aanspreekpunt en coördinator	10
1.3 Decreet openbaarheid van bestuur	10
1.3.1 Bekendmaking bij de ambtenaren en het publiek	11
1.3.2. Gezamenlijk bestand met wegwijsinformatie en eerstelijnsinformatie van de verschillende bestuursinstanties	11
1.4 Code van Goede Praktijk voor de communicatiecampagnes van de Vlaamse overheid	11
1.4.1 Adviesvragen	12
1.4.2 Update Code	12
1.5 Gedragscode communicatie tijdens de sperperiode	12
1.6 Omzetting Europese Richtlijn omtrent hergebruik overheidsinformatie	12
2/ Communicatiebeleid van de Vlaamse Regering	13
2.1 Uitvoering van het Vlaamse Regeerakkoord 2004-2009 'Vertrouwen geven. Verantwoordelijkheid nemen'	13
2.2 Uitvoering van de beleidsnota 'Overheidscommunicatie'	13
3/ Persvoorlichting	15
3.1 Persvoorlichting van de Vlaamse Regering	15
3.2 Persvoorlichting van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap	16
3.3 Verspreiding van persmededelingen	17
3.4 Audiocaptatie persconferenties Vlaamse Regering	17
4/ Voorlichting van de buitenlandse pers en imago van Vlaanderen in het buitenland...	19
4.1 Corporate identity voor de internationale communicatie van Vlaanderen	19
4.2 Bestaande publicaties	19
4.4 Vlaamse knipselkrant (Focus on Flanders)	19
4.5 Taalcursussen Nederlands voor ambassadeurs	20
5/ Voorlichtings- en sensibiliseringscampagnes	21
5.1 Centrale media-aankoop	21
5.1.1 Protocol met de geschreven perssector	21
5.1.2 Protocol met de regionale tv-sector	21
5.1.3 Engagementsbrieven	21
5.1.4 Evolutie van de mediabestedingen per kalenderjaar	22
5.1.5 Evolutie van de mediabestedingen per parlementair jaar	24
5.1.6 Dossiers media-aankoop	25



5.1.7 Kortingen.....	26
5.2 Uitbesteding van campagnes	26

6/ Communicatie in de zeven departementen van het ministerie28

6.1 Departement Coördinatie.....	28
6.1.1 Kanselarij en Voorlichting.....	28
6.1.1.1 Vlaanderendag 2005	28
6.1.1.2 Vlaanderen Feest! 2004.....	28
6.1.1.3 Standpunt Vlaamse Regering in Remmery-zaak	29
6.1.1.4 Beter Bestuurlijk Beleid	29
6.1.1.5 Kenniscel Wetsmatiging.....	30
6.1.1.6 Hoofdstedelijke Aangelegenheden	31
6.1.1.7 Gelijke kansen.....	35
6.1.2 Buitenlands Beleid	35
6.2 Departement Algemene Zaken en Financiën.....	35
6.2.1 Personeelsontwikkeling	35
6.2.1.1 Emancipatiezaken.....	35
6.2.2 Planning en Statistiek (APS)	36
6.2.3 Budgettering, Accounting en Financieel Management.....	38
6.2.4 Overige communicatie- en sensibiliseringsacties uit het departement	38
6.3 Departement Wetenschap, Innovatie en Media.....	40
6.3.1 Administratie Wetenschap en Innovatie	40
6.3.2 Media	40
6.4 Departement Onderwijs.....	41
6.4.1 Organisatie van de communicatie	41
6.4.2 Beleidsinformatie	42
6.4.3 Onderwijs en internet.....	44
6.4.4 Vlaamse Infolijn-Onderwijs.....	47
6.4.5 Face-to-face communicatie.....	48
6.4.6 Klasse	48
6.5 Departement Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur	52
6.5.1 Organisatie van de communicatie	52
6.5.2 Nieuwe media	52
6.5.3 Welzijn, volksgezondheid en gezin	53
6.5.4 Cultuur	54
6.6 Departement Economie, Werkgelegenheid, Binnenlandse Aangelegenheden en Landbouw	56
6.6.1 Economie	56
6.6.2 Werkgelegenheid	57
6.6.3 Binnenlandse Aangelegenheden	57
6.6.4 Land- en Tuinbouw	58
6.7 Departement Leefmilieu en Infrastructuur (LIN)	58
6.7.1 Gemeenschappelijke projecten in het departement LIN	59
6.7.1.1 E-government	59
6.7.1.2 Databank ondergrond Vlaanderen.....	59
6.7.1.3 Interne milieuzorg	59
6.7.1.4 Vlaanderendag bij het departement Leefmilieu en Infrastructuur	60



6.7.2 Campagnes en projecten in de administraties.....	60
6.7.2.1 Administratie Algemene Administratieve Diensten (AAAD).....	60
6.7.2.2 Administratie Waterwegen en Zeewezen (AWZ)	60
6.7.2.3 Administratie Milieu-, Natuur-, Land- en Waterbeheer (AMINAL).....	61
6.7.2.4 Administratie Ruimtelijke Ordening, Huisvesting en Monumenten en Landschappen (AROHM)...	64
6.7.2.5 Bovenbouw van het departement	65
6.7.2.6 Administratie Ondersteunende Studies en Opdrachten (AOSO)	67
6.7.2.7 Administratie Wegen en Verkeer (AWV).....	68
6.7.2.8 Gezamenlijke informatie- en sensibiliseringsprojecten van de administraties 'Ondersteunende Studies en Opdrachten' (AOSO) en 'Wegen en Verkeer' (AWV)	69
7/ Metingen	71
7.1 Pretesting en effectmeting.....	71
7.2 Meetresultaten	71
7.2.1 Herkenning en herinnering	71
7.2.2 Beoordeling van de campagnes.....	71
7.2.3 Perceptie van de Vlaamse overheid.....	72
7.3 Houdbare methodiek?	72
8/ Communicatiebudget	73
8.1 Budget in 2004.....	73
8.2 Budget in 2005.....	73
8.3 Voornaamste evoluties.....	73
9/ Contactpunt Vlaamse Infolijn	75
9.1 Historiek	75
9.2. Werkingsresultaten in 2004.....	76
9.3. Ondersteuning van campagnes	77
9.4. Andere infolijnen adviseren en ondersteunen	77
9.5. Verdere uitbating en ontwikkeling.....	77
9.6. Vinger aan de pols voor nieuwe kanalen	78
10/ De portaalsite van de Vlaamse overheid	79
10.1 Bezoekersaantallen	79
10.2 Blindsurfer	79
10.3 Ministeriële webpagina's.....	80
10.4 Gebruiksvriendelijke webadressen.....	80
10.5 Webstatistieken en de banners op de portaalsite.....	80
10.6 Redacteursite 'webgids'.....	81
11/ Distributie van folders en brochures van de Vlaamse overheid.....	82
12/ Contacten en samenwerking met andere instanties.....	83
12.1 Vlaams Parlement	83
12.2 Communicatieverantwoordelijken MVG en VOI's	83
12.3 Gemeente- en provinciebesturen.....	85
12.3.1 Vlaams Overleg forum van Communicatieambtenaren (VOCA).....	85



12.3.2 Digitale nieuwsbrief Dito.....☒	85
12.3.3 Informatie voor gemeentelijke informatiebladen.....	85
12.4 Federale overheid.....☒	86
12.5 Vereniging voor overheidscommunicatie Kortom	86
12.6 Samenwerking met de JEP.....☒	88
12.7 Nederlandse Rijksvoorlichtingsdienst (RVD).....☒	89
12.8 Public Authorities Magazine Print Award (PAMPA)	89
13/ Wetenschappelijkonderzoek	90
13.1 Communiceren met een multicultureel publiek.....	90
13.2 Stand van zaken	91
14/ Communicatie in de vernieuwde Vlaamse administratie	92
14.1 Diensten van het Algemeen Regeringsbeleid☒	92
14.2 Dienstverlening met een verplicht karakter	92
15/ Overheidscommunicatie op het internet	93
Bijlage	95

1/ Regelgeving inzake overheidscommunicatie

1.1 Controlecommissie voor de Verkiezingsuitgaven

Ter uitvoering van het Lambermontakkoord over de verdere staatshervorming keurde het federale Parlement op 13 juli 2001 de Bijzondere Wet houdende overdracht van diverse bevoegdheden aan de gewesten en gemeenschappen goed. Artikel 15 houdt een belangrijke bepaling in voor de Vlaamse overheidscommunicatie en luidt: "Elke Raad of het door hem aangewezen orgaan oefent, volgens de bij decreet bepaalde regels, de controle van de verkiezingsuitgaven met betrekking tot de verkiezing van de Raad uit, alsook de controle op de regeringsmededelingen van de leden van zijn regering." Dit impliceert dat het Vlaams Parlement de controle op de mededelingen van de Vlaamse Regering en haar ministers decretaal kon regelen maar betekende niet automatisch dat elke bevoegdheid van de federale Controlecommissie voor de Verkiezingsuitgaven over de communicatie van de Vlaamse ministers ophield te bestaan. De federale wetgeving bleef immers gelden zolang de deelstaat geen gebruik maakt van zijn bevoegdheden.

Op de valreep – met name op de laatste zitting van het vorige Vlaams Parlement (5 mei 2004) – werd een voorstel van decreet van de parlementsvoorzitter aangenomen door de plenaire vergadering. Het decreet voorzag in de installatie van een Vlaamse Controlecommissie voor de Verkiezingsuitgaven. Deze commissie presenteerde haar eindverslag op de zitting van het Vlaams Parlement op 28 februari 2005. Dat verslag bevat – naast het totaalbedrag van de verkiezingsuitgaven van elke politieke partij en de herkomst van de geldmiddelen – ook de bedragen die aangerekend worden op de verkiezingsuitgaven van de kandidaten en de sancties die worden opgelegd, nadat de mededelingen (alle voor het publiek bestemde mededelingen en voorlichtingscampagnes ongeacht het gebruikte mediakanaal) werden getoetst. De Controlecommissie

Verkiezingsuitgaven formuleerde in haar verslag diverse aanbevelingen, zoals het voorzien van sanctiemogelijkheden tegen nalatige partijen (partijen zonder gekozenen kunnen immers niet gesanctioneerd worden), efficiëntere aangifteformaliteiten, een verfijning van de procedure voor partijaangiften en geen rechtstreekse controlebevoegdheid van het Rekenhof.

Op 16 maart 2005 kwam de commissie nogmaals bij elkaar naar aanleiding van een concrete vraag van een particulier tot inzage in bepaalde aangiftes van kandidaten. Slotsom was dat de Kieswet een termijn van 15 dagen vastlegt waarin de aangifte-documenten ter inzake worden gelegd op de griffie van de rechtbank. Latere aanvragen tot inzake worden dan ook als onontvankelijk beschouwd.

Met deze Vlaamse Controlecommissie voor de Verkiezingsuitgaven werd een einde gemaakt aan de onduidelijke situatie die was ontstaan omtrent de toetsing op de Vlaamse overheidscommunicatie in de sperperiode die voorafgaat aan de verkiezing van het Vlaams Parlement.

1.2 Decretale controleregeling voor de Vlaamse overheidscommunicatie

Op 19 juli 2002 stemde het Vlaams Parlement in plenaire zitting drie decreten met betrekking tot de controle op de communicatie van de Vlaamse overheid.

1.2.1 Controle op de communicatie van de Vlaamse overheid

Het decreet van 19 juli 2002 houdende de controle op de communicatie van de Vlaamse overheid (BS. 14-09-2002) voorziet de oprichting van een Expertencommissie voor Overheidscommunicatie die waakt over de naleving van de door de leden ervan opgestelde normen. Na de stemming van dit decreet duurde het tot 8 januari 2004 vooraleer op een installatievergadering een voorzitter, ondervoorzitter en secretaris kon worden aangeduid. Tot aan de verkiezingen van 13 juni 2004 had deze Expertencommissie acht maal vergaderd. Daarna

vielen de werkzaamheden opnieuw stil en moest de commissie na de verkiezingen opnieuw worden geïnstalleerd. Diverse leden van de commissie maakten inmiddels in de media al hun beklag over de trage werking. Waarschijnlijk spelen de strenge criteria waaraan de leden van de commissie dienen te voldoen, de samenstelling en werking ervan danig parten.

Het opstellen van het normenkader voor Vlaamse overheidscommunicatie is en blijft een eerste en cruciale taak voor deze commissie. Net zoals vorig jaar bereikt ons het signaal dat het de bedoeling om op korte termijn een dergelijk kader aan het nieuwe Vlaams Parlement aan te bieden. Volgens de voorliggende planning van de commissie zou het de bedoeling zijn om in juli en augustus 2005 een ontwerp tekst af te werken. Die zou dan kort daarna door de leden van de Expertencommissie bediscussieerd worden.

De voorlichtingsambtenaar wil sterk pleiten voor een finalisering van de werkzaamheden omtrent het opstellen van een normenkader. En dit niet met het oog op een strenge code, maar wel met de duidelijkheid voor alle betrokken actoren voor ogen.

1.2.2 Controle op de regeringsmededelingen

Eveneens op 19 juli 2002 nam het Vlaams Parlement het decreet houdende controle op de regeringsmededelingen (BS. 14-09-02) aan. Het decreet voorzagt in de oprichting van een Controlecommissie voor Regeringsmededelingen die op verzoek van de Vlaamse Regering of één of meer van haar leden, na een klacht of ambtshalve controleert of een regeringsmededeling niet geheel of ten dele tot doel heeft het imago van de regering, één of meer van haar leden, van een politieke partij of van één van haar geledingen te beïnvloeden. In het decreet wordt de term regeringsmededeling als volgt omschreven: 'elke voor het publiek bestemde mededeling, boodschap, voorlichtings- of sensibiliseringscampagne of elk ander communicatie-initiatief, ongeacht de gebruikte kanalen of media, van de Vlaamse Regering of van een of meer van haar leden die verwijzingen naar de Vlaamse Regering

bevat of de naam of de afbeelding of de titulatuur van een of meer van haar leden'. De bevoegdheden van deze Controlecommissie Regeringsmededelingen werden door het bijzonder decreet (BS. 26-09-02) uitgebreid tot controle over de mededelingen van de voorzitter van het Vlaams Parlement.

Deze Controlecommissie Regeringsmededelingen werd na de verkiezingen van 13 juni 2004 opnieuw geïnstalleerd maar diende het afgelopen werkjaar geen dossiers te behandelen.

1.2.3 Voorlichtingsambtenaar als aanspreekpunt en coördinator

In haar vergadering van 13 december 2002 duidde de Vlaamse Regering de voorlichtingsambtenaar van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap aan als contactpersoon en gesprekspartner met de Expertencommissie voor Overheidscommunicatie. Alle adviesaanvragen aan bovengenoemde commissies worden via de voorlichtingsambtenaar voorgelegd. Hij zal ook toezicht houden op de naleving van de adviezen en uitspraken van de commissies.

Met het oog op enkele noodzakelijke afspraken, zal de voorlichtingsambtenaar contact opnemen met de voorzitters van de respectieve commissies, van zodra het normenboek dat door de Expertencommissie Overheidscommunicatie wordt uitgewerkt, gefinaliseerd werd.

1.3 Decreet openbaarheid van bestuur

Sinds 26 maart 2004 heeft Vlaanderen een nieuw decreet over de openbaarheid van bestuur. Het decreet kende een lange voorbereidingstijd. De belangrijkste krachtlijnen en een situering ervan vindt de lezer in het Jaarverslag 2003-2004 (p. 13-14), 2002 (p. 11-13) en 2001 (p. 11-15).

Het decreet regelt de passieve en actieve openbaarheid van bestuur voor alle bestuursinstanties binnen het Vlaams Gewest en de Vlaamse Gemeenschap. Passieve openbaarheid geeft de burger het recht om alle gewenste bestuursdocumenten in te zien, er uitleg over te krijgen en er een afschrift

van te krijgen. Er worden uitzonderingen gemaakt als bijvoorbeeld de privacy of de openbare orde en veiligheid in het gedrang komen, wanneer economische, financiële of commerciële belangen kunnen worden geschaad of wanneer gegevens wegens strafrechtelijke, burgerlijke of administratieve rechtsgedingen niet kunnen openbaar gemaakt worden. Actieve openbaarheid verplicht de overheid om haar bevolking en doelgroepen zelf actief te informeren over haar beleid, dienstverlening en regelgeving

Een van de grote verdiensten van het nieuwe decreet is dat voortaan één enkele openbaarheidsregeling van toepassing is voor alle diensten en instellingen in Vlaanderen die taken van algemeen belang uitoefenen, met gelijklopende procedureregels voor iedereen. Er is voortaan ook maar één beroepsinstantie. Een aantal instellingen en organen die in het verleden niet onderworpen waren aan de reglementering inzake openbaarheid van bestuur, zullen dat voortaan wel zijn (Gimvindus, Aquafin, vrije onderwijsinstellingen, diverse adviesorganen, kabinetten, etc.) Verdere vernieuwingen aan het inzagerecht zijn de kortere uitvoeringstermijn (15 dagen), de verfijning van de beperkingen, en het recht om een aanvraag tot inzage per e-mail in te dienen.

Veel aandacht werd besteed aan duidelijk taalgebruik en een chronologische opbouw, om het burgers en ambtenaren zo eenvoudig mogelijk te maken in deze toch wel ingewikkelde materie.

1.3.1 Bekendmaking bij de ambtenaren en het publiek

In de zomer van 2004 werd een website (www.vlaanderen.be/openbaarheid) opgezet waar het nieuwe decreet zelf, de memorie van toelichting, het besluit van de Vlaamse Regering over de beroepsinstantie en alle nuttige gegevens over de beroepsinstantie, en de omzendbrief op een gebruiksvriendelijke manier worden ontsloten.

In de eerste plaats is deze website bedoeld voor de ambtenaren die de nieuwe regelgeving moeten toepassen. Maar ook de burger die gebruik wil maken van zijn recht om bestuursdocumenten in

te kijken, vindt er een zo eenvoudig mogelijke uitleg, onder de titels: 'Wat betekent openbaarheid van bestuur voor mij als burger' en 'Hoe kan ik documenten van de overheid inkijken?' De overheid die een burger met vragen over openbaarheid aan het loket of aan de lijn krijgt, kan dus altijd naar die uitleg verwijzen. De teksten werden door een aantal gemeenten trouwens ook overgenomen in hun informatieblad.

Kortom, de vereniging voor overheidscommunicatie (zie verder), organiseerde in het voorjaar van 2004 een succesvolle studiedag voor vooral communicatieambtenaren en gemeentesecretarissen, over de nieuwe regelgeving. In maart 2005 organiseerde Kortom drie meer kleinschalige vormings sessies omtrent openbaarheid van bestuur in Gent, Brugge en Leuven. Binnen het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap werd een interne vormings sessie voor de eigen ambtenaren georganiseerd in juni 2004.

1.3.2. Gezamenlijk bestand met wegwijsinformatie en eerstelijnsinformatie van de verschillende bestuursinstanties

Op het gebied van de actieve openbaarheid zet de overheid ook stappen vooruit (zie Jaarverslag 2003-2004 p. 14). Het doelgroepdenken of de verplichte aanstelling van een communicatieambtenaar bij de OCMW's zijn twee belangrijke evoluties.

Daarnaast werd gestart met het uitbouwen van een gezamenlijk informatiebestand over de diverse Vlaamse overheden heen. Een voortrekkersrol wordt hierin gespeeld door de Vlaamse Infolijn, die al over een gigantisch databestand beschikt. Volgens de voorliggende aanpak, is het de bedoeling dat ook lokale overheden zich hierop inschrijven en het bestand stofferen met (lokale) overheidsinformatie.

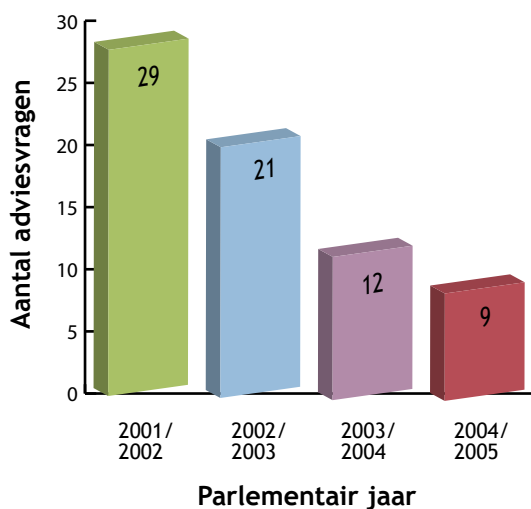
1.4 Code van Goede Praktijk voor de communicatiecampagnes van de Vlaamse overheid

De nieuwe Vlaamse Regering heeft officieel geen standpunt ingenomen ten opzichte van de Code

van Goede Praktijk voor de communicatiecampagnes van de Vlaamse overheid. Uit een antwoord op een parlementaire vraag, die de Vlaamse minister van Mobiliteit gaf in afwezigheid van de minister-president, kan evenwel worden afgeleid dat de Code van kracht blijft tot wanneer het normenboek van de Expertencommissie Overheidscommunicatie een feit is.

1.4.1 Adviesvragen

De voorlichtingsambtenaar kan te allen tijde om advies worden gevraagd over de toepassing van de Code. Sinds de goedkeuring van de Code einde 2001 werden inmiddels 71 adviezen gevraagd en gegeven. In het voorbije parlementaire jaar liep het aantal adviesvragen opnieuw terug. Dat had niet alleen te maken met het aantreden van een nieuwe Vlaamse Regering maar eveneens met de vaststelling dat heel wat adviezen officieus werden gevraagd en derhalve niet werden opgenomen in het officiële overzicht.



1.4.2 Update Code

Net als in de vorige twee jaarverslagen wordt ook deze keer een update van de Code van Goede Praktijk in het vooruitzicht gesteld. Hoewel een en ander dringend en noodzakelijk is, werd echter besloten de werkzaamheden van de Expertencommissie Overheidscommunicatie (zie hierboven) af te wachten. Hun taak bestaat er immers in om een normenka-der te ontwerpen voor de Vlaamse overheidscom-

municatie. Aangezien momenteel niet kan worden ingeschat op welke termijn het normenboek van de Expertencommissie ter beschikking zal zijn (in september 2005 zou een ontwerp tekst voorgelegd worden), werd alvast een aanvang gemaakt met het herwerken van de Code. In de loop van het komende werkjaar zal deze update aan de Vlaamse Regering ter goedkeuring worden voorgelegd, tenzij de werkzaamheden van de Expertencommissie een en ander alsnog zouden doorkruisen.

1.5 Gedragscode communicatie tijdens de sperperiode

In de periode die dit jaarverslag omvat werden geen verkiezingen georganiseerd. Een toelichting over de gedragscode rond communicatie tijdens de sperperiode is in dit bestek dan ook niet aan de orde.

1.6 Omzetting Europese Richtlijn omtrent hergebruik overheidsinformatie

De Vlaamse Regering nam in november 2004 kennis van de inhoud van een Europese Richtlijn over het hergebruik van overheidsinformatie. Ze besliste toen een gemengde werkgroep op te richten die de impact van de richtlijn moest onderzoeken en de nodige voorstellen moest uitwerken voor een tijdige en kwaliteitsvolle omzetting ervan. De afdeling Media-innovatie en Mediavergunningen van de administratie Media kreeg hierin een coördinerende rol. Begin juli 2005 bracht de werkgroep verslag uit bij de Vlaamse Regering. Voorgesteld werd het hergebruik en commercialisering van overheidsinformatie voor die categorieën waar hergebruik nu al bestaat, toe te laten, eventueel aangevuld met extra categorieën resulterend uit een bevragingronde. De Vlaamse Regering gaf de werkgroep opdracht om een voorontwerp van decreet op te maken met de daaraan gekoppelde uitvoeringsbesluiten en praktische implementatie.

2/ Communicatiebeleid van de Vlaamse Regering

2.1 Uitvoering van het Vlaamse Regeerakkoord 2004-2009 'Vertrouwen geven. Verantwoordelijkheid nemen'

"We investeren in een transparante en toegankelijke overheidsadministratie die een betrouwbare, doeltreffende en samenhangende dienstverlening uitbouwt, in een breed partnerschap met burgers, ondernemingen, verenigingen, instellingen en organisaties. We garanderen een open overheid zodat burgers, bedrijven en voorzieningen de contacten met de overheid ervaren als toegankelijk, bereikbaar en verstaanbaar. We herdenken de overheid op zodanige wijze dat ze via de nieuwe communicatiemiddelen op een volwaardige wijze in dialoog kan treden met burgers en bedrijven. In haar communicatiebeleid zal de Vlaamse overheid vraaggestuurd ingaan op de communicatiebehoeften van burgers en bedrijven door hen op de hoogte te houden van het bestaand én nieuw beleid, alsook van de bestaande én nieuwe dienstverlening die hen aanbelangen. Kwaliteitsvolle stijl, herkenbaarheid als Vlaamse overheid, informatieve waarde en lage drempel zijn hierbij de richtinggevende principes."

Zo staat het letterlijk in het Vlaamse Regeerakkoord 2004-2009 'Vertrouwen geven. Verantwoordelijkheid nemen'. Een aantal voor de overheidscommunicatie relevante zaken zijn hieruit te distilleren, met name de begrippen 'toegankelijkheid', 'bereikbaarheid', 'verstaanbaarheid', 'vraaggestuurd', 'herkenbaarheid', 'informatief' en 'laagdrempeligheid'. Een en ander werd nader uitgewerkt in de beleidsnota 'Overheidscommunicatie'.

2.2 Uitvoering van de beleidsnota 'Overheidscommunicatie'

Deze Vlaamse Regering heeft als eerste het belang ingezien van de publicatie van een beleidsnota omtrent overheidscommunicatie. De volledige tekst

van de beleidsnota vindt de lezer als bijlage bij dit jaarverslag. Enkele belangrijke en interessante passages worden hieronder kort toegelicht.

De beleidsnota stelt dat communicatie nooit een doel op zich kan zijn maar dient tegemoet te komen aan de behoeften en de vragen van de burgers. Communicatie is inderdaad geen losstaand gegeven maar zit onlosmakelijk verweven met een organisatie. Daarnaast dient de overheidscommunicatie het imago van die overheid te verbeteren, een imago dat klantvriendelijkheid en transparantie uitstraalt. Om het imago van de Vlaamse overheid te verbeteren, is een correcte inschatting van de bestaande perceptie onontbeerlijk. Een dergelijke inschatting zal de Vlaamse overheid in staat stellen optimaal in te spelen op de sterktes en zwaktes die uit deze analyse naar voren komen. Daarvoor kan dankbaar gebruik gemaakt worden van onderzoeken die in verleden werden uitgevoerd. Aanvullend onderzoek op maat van de Vlaamse overheid zal evenwel noodzakelijk zijn. Het in kaart brengen van de perceptie van de Vlaamse overheid bij de burger, is evenwel slechts een eerste stap. Dit voorbereidende werk moet leiden tot de nodige actieplannen ter remediëring of ter bevestiging van het imago van de Vlaamse overheid.

Volgens de beleidsnota dienen de procedures en processen van de overheid herdacht te worden, zodat burgers, verenigingen, bedrijven en voorzieningen op een eenvoudige wijze via de nieuwe én de bestaande communicatiemiddelen alle overheidsinformatie kunnen raadplegen en in dialoog kunnen treden met de overheid. Ook hier is nogal wat voorbereidend werk te verrichten, in eerste instantie het in kaart brengen van alle procedures en processen via dewelke de Vlaamse burger momenteel in dialoog treedt met de Vlaamse overheid. Aan de hand van die inventaris kunnen tekortkomingen worden blootgelegd. Via een actieplan kan tragsgewijs aan de gedefinieerde tekortkomingen worden verholpen. Het spreekt voor zich dat op dit vlak een belangrijke rol zal weggelegd zijn voor het Contactpunt Vlaamse Infolijn.

In haar beleidsnota 'Overheidscommunicatie' erkent de Vlaamse Regering het fenomeen van de moeilijk bereikbare doelgroepen. Tevens wordt gewezen op

het belang van intermediären om bepaalde van deze doelgroepen te bereiken. Strategieën dienen ontwikkeld te worden om deze intermediären op een systematische wijze in te schakelen in en te betrekken bij het communicatiebeleid. In eerste instantie komt het erop aan om prioriteiten te stellen bij het in contact treden met moeilijk bereikbare doelgroepen. Parallel daarmee wordt binnen de cel Externe Communicatie gewerkt aan een databestand van alle mogelijke intermediären en hun media via dewelke voor de Vlaamse overheid interessante doelgroepen bereikbaar worden.

Voor de Vlaamse burger is het onderscheid tussen Vlaams en federaal beleid niet altijd even duidelijk. Daarom zal een deel van de communicatie van de Vlaamse overheid gericht moeten zijn op een grotere bekendmaking van haar dienstverlening. De herkenbaarheid van de communicatie van de Vlaamse overheid staat hierbij voorop, meer bepaald een consequente toepassing van de huisstijl. Een verdere uitbouw van de bestaande huisstijl impliceert niet noodzakelijk een volledig 'nieuwe' huisstijl. Het spreekt evenwel voor zich dat – na de implementatie van de reorganisatie van de Vlaamse overheid – een, al dan niet beperkte, herziening van de huisstijl zich zal opdringen. Primordiaal is dat de huisstijl centraal wordt aangestuurd. Enkel op die manier kan worden vermeden dat elk beleidsdomein zijn eigen huisstijl gaat ontwikkelen waardoor het geheel van de Vlaamse overheid niet langer zichtbaar is voor de burger.

Een professionele organisatie van de crisiscommunicatie is een van de prioriteiten uit de beleidsnota. Er zullen pro-actief structuren en procedures opgezet worden die het mogelijk maken een adequate communicatieondersteuning te bieden bij crisissen. Ter invulling van deze doelstelling zal nauw overleg gepleegd worden tussen de cel Externe Communicatie enerzijds en de Vlaamse Infolijn en alle andere betrokken (ook federaal) anderzijds.

De Vlaamse Regering engageerde zich ertoe al in een vroeg stadium van het beleidsvormingsproces de nodige aandacht te besteden aan het communicatieve luik. In nauwe samenspraak tussen kabinetten en administraties zullen communicatiejaarplannen per beleidssector worden opgemaakt. Dat

een en ander niet evident is, mag de praktijk uit het verleden aantonen. De cel Externe Communicatie screent alle beleidsnota's en –brieven op communicatie-opportunities en rapporteert hierover aan de ministeriële woordvoerders. Samen met hen wordt gepoogd een dergelijk communicatiejaarplan op te stellen.

Tot slot zal de Vlaamse Regering het voortouw nemen in het opstarten van samenspraak en het streven naar samenwerking inzake communicatie met de andere overheden. Dat het warm water op dit vlak niet hoeft uitgevonden te worden, mag hoofdstuk 12 van dit jaarverslag aantonen. Wel dienen de contacten met de federale collega's verder uitgediept te worden, onder meer op het vlak van crisiscommunicatie.

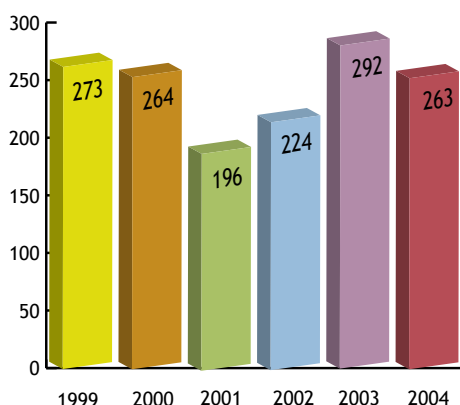
Het spreekt voor zich dat de beleidsnota, los van het bovenstaande, eveneens verder ingaat op overheidscommunicatie via campagnes en persvoorlichting.

3/ Persvoorlichting

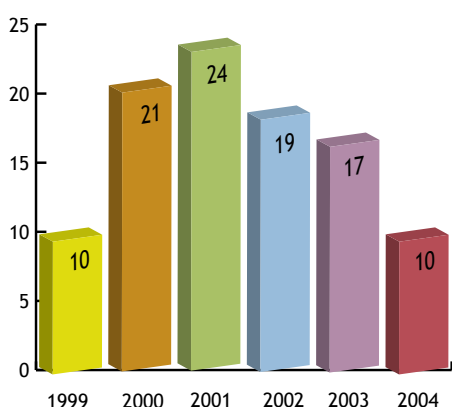
3.1 Persvoorlichting van de Vlaamse Regering

In 2004 werden na afloop van de vergaderingen van de Vlaamse Regering 263 persmededelingen verspreid en 10 persconferenties georganiseerd. Dat is een lichte daling ten opzichte van het vorige jaar, waarbij moet gezegd worden dat er van die 263 persmededelingen nog 198 op het conto van de vorige regering moeten geschreven worden. Het aantal persconferenties (10) zakt dan weer verder naar het peil van 1999. De persconferentie na de gewone vergaderingen van de Vlaamse Regering (doorgaans op vrijdag) wordt wel al eens meer op verplaatsing georganiseerd (luchthaven van Zaventem, Hotel Errera). Wanneer noch de agenda van de vergadering, noch de actualiteit voldoende aanknopingspunten verschaffen, wordt beslist geen persconferentie te organiseren.

Persmededelingen na ministerraad



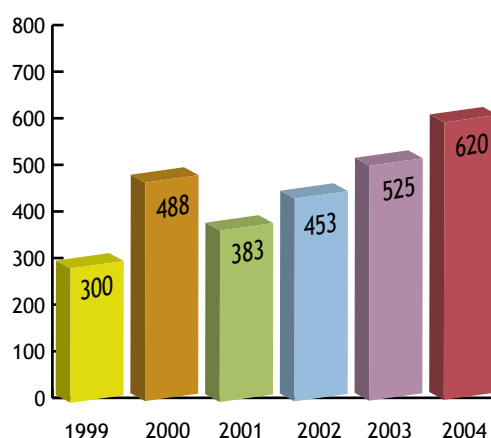
Persconferenties



Het persreglement van de Vlaamse Regering en de toepassing ervan zijn ongewijzigd gebleven, evenals de manier van samenwerken tussen de woordvoerders van de Vlaamse ministers en de voorlichtingsambtenaar voor de redactie en eindredactie van de persmededelingen, met dien verstande dat alle persberichten worden opgelijst voor het kabinet van de minister-president.

Daarnaast stonden de ministeriële kabinetten ook in voor de verspreiding van 620 eigen persmededelingen via het Belga-systeem, dat is een gemiddelde van 51 per maand. De frequentie waarmee de verschillende ministers eigen persmededelingen versturen, varieert heel sterk. Opmerkelijk is wel dat dit aantal het hoogste is sinds de ministeriële kabinetten de mogelijkheid hebben om zelf rechtstreeks persmededelingen te publiceren. Deels kan het hoge aantal verklaard worden door het feit dat 2004 een verkiezingsjaar was. Vóór de verkiezingen werden er al 579 persberichten verspreid! Dit impliceert dat door de nieuwe Vlaamse Regering in de tweede jaarhelft van 2004 41 persberichten werden verstuurd.

Persmededelingen verspreid door kabinetten

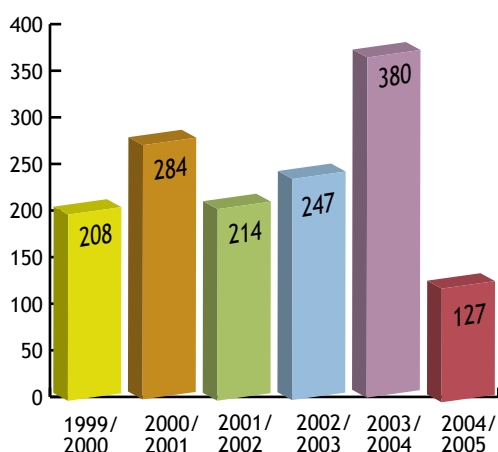


Bekeken per parlementair jaar werden in 2004-2005 127 persberichten verstuurd vanuit de Vlaamse Regering (na de ministerraad), 125 vanuit de ministeriële kabinetten. Dat is het laagste peil ooit. Het moge duidelijk zijn dat met het aantreden van een nieuwe Vlaamse Regering er ook een trendbreuk is qua externe communicatie in het algemeen en persvoorlichting in het bijzonder. Deze Vlaamse Regering opteert er duidelijk voor om voornamelijk over de 'meer belangrijke punten' te communiceren. De

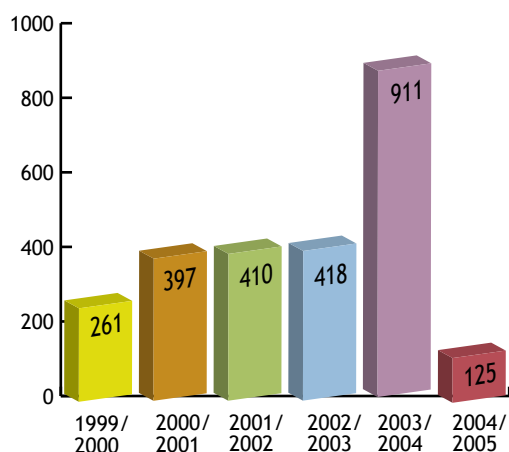


daling van het aantal persmededelingen is des te opvallender wanneer wordt gekeken naar de door de ministeriële kabinetten verspreide berichten. De vorige Vlaamse Regering was goed voor maar liefst 911 persberichten. Bij de huidige regering viel dit aantal terug op 125.

Persmededelingen na ministerraad per parlementair jaar



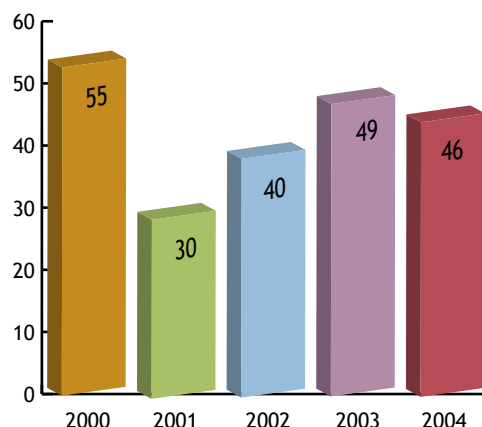
Persmededelingen verspreid door kabinetten per parlementair jaar



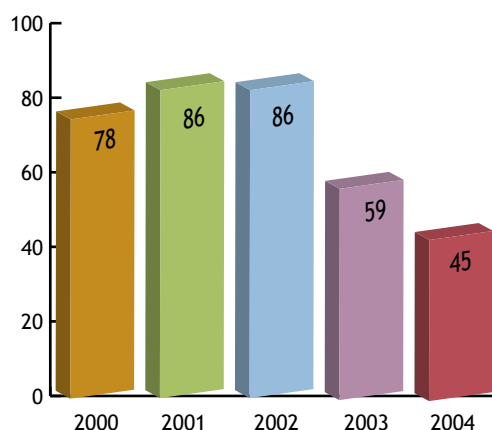
3.2 Persvoorlichting van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap

Via de voorlichtingsambtenaar werden in 2004 door de administratie van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap 46 persmededelingen verspreid. Bij dit aantal werd geen rekening gehouden met de persberichten ter aankondiging van wegenwerken (45). Het beperkt zich doorgaans tot mededelingen van eerder administratieve of dienstverlenende aard.

Persmededelingen vanuit administratie (algemeen)

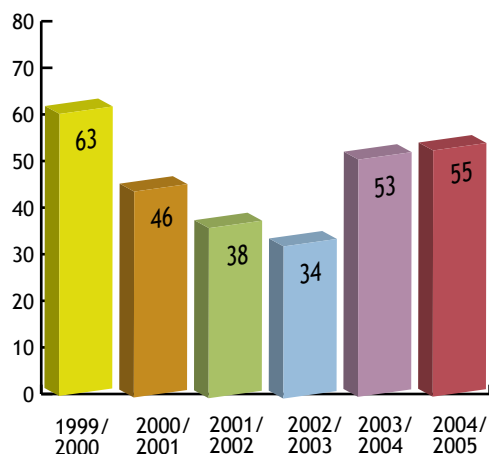


Persmededelingen vanuit administratie (wegenwerken)

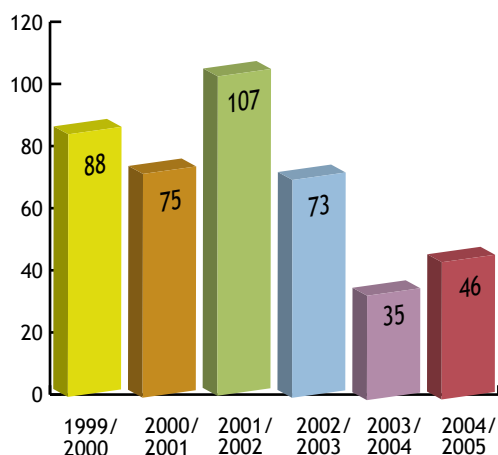


Het overzicht voor het parlementaire jaar 2004-2005 ziet er als volgt uit: 55 persberichten door de administratie verstuurd, waarvan 46 over wegenwerken.

Persmededelingen vanuit administratie (algemeen), per parlementair jaar



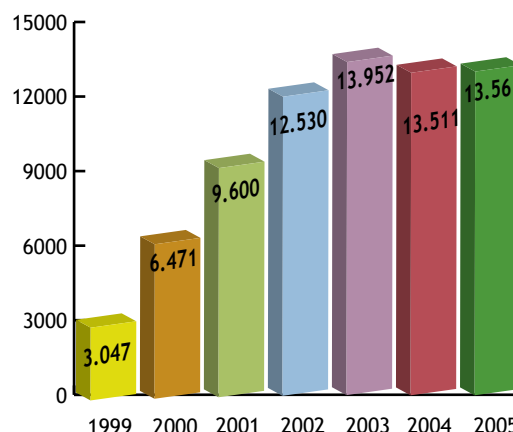
Persmededelingen vanuit administratie (wegenwerken), per parlementair jaar



3.3 Verspreiding van persmededelingen

Voor de verspreiding van de persmededelingen van de Vlaamse Regering, de Vlaamse ministers en het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap wordt samengewerkt met het nieuwsagentschap Belga. Het vernieuwde contract met Belga ging in op 1 januari 2004. De basisdienstverlening bleef behouden en bestaat uit de simultane verspreiding van de perscommuniqués van de Vlaamse overheid via verschillende kanalen: online op de beeldschermen van alle Belga-abonnees en per multifax naar een aantal andere mediabestemmingen. Dezelfde teksten verschijnen ook op de portaalsite www.vlaanderen.be en worden verspreid via e-mail aan abonnees. De belangstelling voor een gratis abonnement op de persmededelingen van de Vlaamse overheid blijft op hetzelfde peil: nu tellen we 13.561 abonnees. Afgaand op de cijfers van de voorbije 5 jaar kunnen we stellen dat er stilaan een verzadigingspunt is bereikt.

E-mailabonnees op persmededelingen



Sinds de lancering van de vernieuwde portaalsite zijn de tien meest recente persberichten meteen zichtbaar op de homepagina www.vlaanderen.be. De nieuwswaarde van de vernieuwde portaal wordt op die manier expliciet vooropgesteld. Gebruikers kunnen vanop de homepagina meteen doorklikken voor het volledige persbericht.

Vernieuwde persberichttoepassing

Zoals al herhaalde malen in voorgaande jaarverslagen aangekondigd, werd in augustus 2003 gestart met de analyse voor een opvolger van de huidige persberichttoepassing. Voor de doelstellingen van de nieuwe toepassing wordt verwezen naar Jaarverslag 2003-2004 (p. 23). Het was de bedoeling in dit jaarverslag de implementatie van de toepassing voor te stellen maar in laatste instantie doken nog een aantal storende technische fouten op, waardoor de definitieve ingebruikname werd verschoven naar september 2005. De nieuwe toepassing zal gedurende anderhalve maand naast de huidige draaien, alvorens definitief om te schakelen.

3.4 Audiocaptatie persconferenties Vlaamse Regering

In juni 2003 werd gestart met de audiocaptatie van de persconferenties na de ministerraden van de Vlaamse Regering. Per item werd een geluidsfragment op het internet geplaatst (www.vlaanderen.be/persconferenties). Bedoeling van dit initiatief was om regionale media toe te laten (stukken uit) de persconferentie te gebruiken in hun (nieuws)uitzendingen. Uiteraard kan elke burger die over de juiste plug-ins beschikt, de fragmenten downloaden en beluisteren. Na een eerste evaluatie in het najaar van 2004 werd beslist de outsourcing voor de audiocaptaties stop te zetten. Vanaf 2005 gebeurden de audiocaptaties door de eigen diensten. Bij de start van het zomerreces werd beslist om in afwachting van een technische upgrade van het systeem, de audiocaptaties tijdelijk stop te zetten.

The screenshot shows a web browser window with the URL <http://www.vlaanderen.be/persconferenties/>. The page title is 'Audio-opnames persconferenties Vlaamse Regering | Vlaanderen.be'. The website has a navigation bar with links: 'over deze site', 'contacteer ons', 'archief', 'zoek', and 'vlaanderen.be'. Below the navigation bar, there is a list of audio recordings with dates and titles. Each item includes a download link for an MP3 file.

Date	Title	Download Link
09-07-2005	Audiocaptaties van 08-07-2005	
01-07-2005	Verhoging aantal werkervaringsplaatsen	
24-06-2005	Vice-minister-president Frank Vandenbroucke	
03-06-2005	In het Wetgevingsoverlegbeleid 2005-2006 is de verhoging van het aantal werkervaringsplaatsen, met het oog op de sluitende aanpak voor langdurig werklozen, een van de voorgestelde maatregelen. Daarom moet het Wap- Vlaanderen worden aangepast. Zo worden een aantal nieuwe doelgroepen geïntroduceerd (doelrijke lerenden), is er prioritaire aandacht voor de curatieve doelgroep (2 jaar uitkeringsgerechtigde volledig werklozen) en worden een aantal andere doelgroepen, waarvan geroepen wordt dat deze een betere uitgangswaarde hebben van een job te vinden, geschrapt (scholierwerklozen uit doelrijke onderwijs, minder dan 1 jaar leefwijzenrechtgelegen).	
27-05-2005	Stedenbouwkundige voorschriften voor openluchtrecreatieve bedrijven	
20-05-2005	Minister Dirk Van Mechelen	
20-04-2005	De Vlaamse Regering heeft het besluit definitief goedgekeurd om een stedenbouwkundige verordening inzake stedenbouwkundige voorschriften voor openluchtrecreatieve bedrijven en de inrichting van gebieden voor dergelijke bedrijven. Met het oog op een transparante en voor Vlaanderen eenduidige regipting wat betreft weekendverblijven, volgen in daarvoor bestemde zones, geeft deze stedenbouwkundige verordening de nodige randvoorwaarden aan.	
11-03-2005	Verfijning omzendbrieven Peeters en Martens	
07-01-2005	Minister Marlene Keulen	
03-12-2004	De Vlaamse minister van Binnenlands Bestuur heeft een plaatselijke en verifie versie klaar van de omzendbrieven Peeters en Martens. De verfijning komt er na de arresten van de Raad van State en de Verklaring van de Vlaamse Regering van 18 mei 2005.	
	Minder-hinder plan	
	Minister Kathleen Van Broeck	
	De Vlaamse minister van Mobiliteit geeft toelichting bij de evaluatie van het Minder-hinder plan.	
	Vlaams Actieplan Groene Stroom	
	Minister Kris Peeters	
	De Vlaamse Regering heeft haar goedkeuring gehecht aan het Vlaams Actieplan Groene Stroom. Sinds de inwerking van het groenestroomcertificatiesysteem in 2002 kent de groenestroomproductie in Vlaanderen een sterke groei. Op basis van de juridische en praktische beleidsmaatregelen die zich voordoen bij het in Vlaanderen kwaliteits een groene stroom, worden hoofd voorstellen gedaan om de beleidsmaatregelen op termijn omgezet te maken.	
	Milieuvoorzorg op School	
	Minister Kris Peeters	
	De Vlaamse Regering geeft haar goedkeuring aan het project 'vender zetten van het educatieve programma Milieuvoorzorg op School (MOS) in de Vlaamse scholen voor de periode september 2005-augustus 2007.	
	Limburgplan	
	Minister-president Yves Leterme	
	De Vlaamse Regering heeft haar goedkeuring aan de globale aanpak voor het Limburgplan. De minister-president wordt gelast met het provinciebestuur een overeenkomst af te sluiten.	

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

4.1 Corporate identity voor de internationale communicatie van Vlaanderen

De Vlaamse Regering maakt er een prioriteit van om Vlaanderen een eenvormig en herkenbaar gezicht te geven in de wereld en aldus op de kaart te zetten. Teneinde de nodige afstemming te verzekeren, gaf zij op 12 november 2004 de opdracht aan de administratie Buitenlands Beleid om, in samspraak met de andere betrokken diensten en entiteiten zoals Export Vlaanderen, Dienst Investeren in Vlaanderen, Toerisme Vlaanderen en VLAM, een eenvormige corporate visuele identiteit voor de internationale communicatie van Vlaanderen te ontwikkelen. Deze omvat de creatie van een sterke 'masterbrand' die de 'bedrijfswaarden' van Vlaanderen weerspiegelt. Het systematische gebruik ervan zal de basis vormen van de 'corporate branding' van alle internationale communicatie- en PR-initiatieven van de Vlaamse overheid. De 'masterbrand' kan eventueel uitgebreid worden met een 'subbrand', wat de mogelijkheid geeft een eigen stempel te drukken in de internationale communicatie. In de loop van het komende werkjaar zal een expert worden aangesteld om het volledige traject te begeleiden.

4.2 Bestaande publicaties

In afwachting van de resultaten van een corporate identity, heeft de administratie Buitenlands Beleid de kennismakingsbrochure over Vlaanderen zowel inhoudelijk als layoutmatig vernieuwd. Een begeleidende folder moet als smaakmaker dienen. Ook de brochures over de Vlaamse Regering, de vertegenwoordigers van Vlaanderen en 'Flanders in figures 2005' zijn inmiddels in de nieuwe layout beschikbaar.

4.3 Websites

Eind augustus 2004 werd de Engelstalige portaal-site (www.flanders.be) gelanceerd. Deze site voorziet tevens voor alle vertegenwoordigers van de Vlaamse Regering een eigen webstek. In de loop van 2005 zal de site eveneens in het Frans en het Duits ter beschikking worden gesteld.

Daarnaast werd het hoofdstuk 'Vlaanderen Internationaal' op de Nederlandstalige portaal-site (www.vlaanderen.be) gevoelig uitgebreid. In de loop van het jaar gingen achtereenvolgens de websites voor ontwikkelingssamenwerking (inclusief een deelsite voor eerlijke handel) en de website voor Vlaanderen en de Europese Unie alsook de website voor multilaterale samenwerking online. Door de implementatie van het blindsurferlabel werden alle sites toegankelijk gemaakt voor mensen met een visuele handicap.

4.4 Vlaamse knipselkrant (Focus on Flanders)

In het kader van de uitbouw van een professioneel voorlichtings- en onthaalbeleid voor buitenlandse journalisten, werd in het najaar van 1998 gestart met de uitgave van een Vlaamse knipselkrant. Dit initiatief beoogde een meer efficiënte verspreiding van objectieve informatie over Vlaanderen in anderstalige media en in het buitenland.

De knipselkrant verschijnt wekelijks (45 nummers per jaar) op 8 pagina's, in drie taalversies (Engels, Frans en Duits) en bevat een selectie van artikels uit de Vlaamse dag- en weekbladen, verschenen in de week voordien. De oplage bedraagt 1.450 exemplaren.

Met ingang van de derde jaargang werd, ter vervanging van de faxversie, een digitale versie van de knipselkrant verspreid via e-mail. De buitenlandse correspondenten en diplomaten ontvangen nu ook tussentijds een e-mailbulletin, waarin het nieuws van het weekend, maandag en dinsdag zijn opgenomen. Op die manier wordt tegemoet gekomen aan de verzuchting van de buitenlandse correspondenten om actueler nieuws dat minder dan

een week oud is, toegestuurd te krijgen.

Inmiddels is de knipselkrant aan haar zevende jaargang toe.

Intussen werd in het aflopen werkjaar gewerkt aan een website met archieffunctie, waarin alle artikels van de afgelopen jaargangen zijn opgenomen. Vanuit de primaire doelgroep, met name de buitenlandse journalisten, werd immers sterk de behoefte geuit voor toegang tot een elektronisch archief. De website wordt in september 2005 gelanceerd en zal beschikbaar zijn in het Engels, Frans en Duits.

4.5 Taalcursussen Nederlands voor ambassadeurs

Begin 2002 werd het initiatief genomen om, in het kader van een goede bilaterale samenwerking, gratis taalcursussen Nederlands in te richten. Alle buitenlandse bilaterale ambassadeurs werden uitgenodigd.

Wegens het succes van de voorgaande jaren werd in het najaar 2004 voor de vierde keer een reeks initiatiecursussen en vervolgcursussen georganiseerd.

5/ Voorlichtings- en sensibiliseringscampagnes

Mediacampagnes blijven belangrijke instrumenten van de Vlaamse overheidscommunicatie. Het spreekt voor zich dat de cel Externe Communicatie haar gespecialiseerde dienstverlening blijft aanbieden aan de campagnebegeleiders binnen administraties en Vlaamse openbare instellingen. In het afgelopen jaar werd verder geïnvesteerd in de opleiding van medewerkers tot volwaardige campagnebegeleiders, zowel op het creatieve vlak als op vlak van mediaplanning.

Voor het overzicht van de campagnes en andere communicatieacties die in het parlementaire jaar 2004-2005 gevoerd zijn, wordt verwezen naar hoofdstuk 6 (p. 28 e.v.), dat de communicatie-initiatieven overloopt per departement van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap.

5.1 Centrale media-aankoop

De Vlaamse Regering en de hele Vlaamse overheid kochten ook het afgelopen werkjaar hun advertentieruimte en zendtijd in de Vlaamse media centraal aan via de voorlichtingsambtenaar van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. De media of hun federaties hanteren daarvoor exclusieve kortingen, en de Vlaamse overheidsdiensten hebben de garantie dat de aankoop van mediaruimte via deze centrale media-aankoop steeds de goedkoopste wijze van media-aankoop is. Ook in 2004 werden via deze manier van aankopen substantiële kortingen bedongen (zie verder).

5.1.1 Protocol met de geschrevenperssector

Voor een gedetailleerde en inhoudelijke beschrijving van dit protocol wordt verwezen naar het Jaarverslag 2002 van de informatieambtenaar (p. 20-22).

5.1.2 Protocol met de regionale tv-sector

Op 29 maart 2002 keurde de Vlaamse Regering een protocol met de Vlaamse regionale tv-sector goed. Met dit protocol engageerde de Vlaamse overheid zich om gedurende drie jaar (2002-2004) elk jaar voor een totaalbedrag van 1.860.000 euro (incl. BTW) zendtijd voor overheidscommunicatie aan te kopen bij de Vlaamse regionale tv-omroepen. In de jaren 2002 (3.122.446 euro) en 2003 (1.929.942 euro) werd dit engagement probleemloos gevalideerd. 2004 was het laatste jaar waarin aan het door de Vlaamse overheid aangegane engagement diende te worden voldaan. Onder meer door de al vermelde besparingen en door het aantreden van een nieuwe regeringsploeg, die logischerwijze eerst beleid ontwikkelt en er pas daarna over communiceert, kon het protocol in 2004 niet volledig gehonoreerd worden. De regionale tv-sector kon hier begrip voor opbrengen na diverse vergaderingen. In de toekomst zal door de sector onderzocht worden of, en zo ja op welke manier, de regionale televisies op een structurele manier kunnen ondersteund worden in hun werking. Daarna zal de beslissing op het politieke niveau worden genomen. In verband hiermee werd recent een resolutie aangenomen door enkele Vlaamse parlementsleden. Het protocol met de regionale tv-sector voorzag in een stilzwijgende verlenging voor een nieuwe periode van drie jaar, behalve wanneer een van beide partijen het protocol opzegde. Die termijn verliep op 30 juni 2004. Geen van beide partijen heeft het protocol opgezegd, waardoor de Vlaamse overheid kan blijven genieten van de afgedongen kortingen, zonder dat daar nog langer een financieel engagement van de overheid tegenover staat. Dit engagement viel immers niet onder de verlenging en was beperkt tot de eerste drie jaren van het protocol.

5.1.3 Engagementsbrieven

De sectoren van de geschreven pers en de regionale televisie zijn de enige waarmee de Vlaamse overheid een protocol heeft afgesloten. Voor de overige media wordt gewerkt op basis van engagementsbrieven. In dergelijke engagementsbrieven worden

de exclusieve kortingen beschreven waarvan de Vlaamse overheid kan genieten op voorwaarde dat de mediaruimte werd aangekocht via het systeem van Centrale Media-Aankoop via de voorlichtingsambtenaar.

5.1.4 Evolutie van de mediabestedingen per kalenderjaar

Evolutie van de mediabestedingen per kalenderjaar (1)

Soort medium	1999 A	2000 B	2001 C	2002 D	2003 E	2004 F	2004 % G	2004 – 2003 H
Kranten	3.170.867	1.997.447	1.904.694	5.906.830	5.205.641	3.157.858	32,16%	-2.047.783
Magazines +								
Periodieke Pers	2.333.547	2.029.322	2.522.107	3.018.502	2.458.300	2.181.721	22,22%	-276.579
Huis-aan-huis pers	142.444	241.352	171.836	1.207.593	1.918.382	485.474	4,94%	-1.432.908
Gratis pers (2)	0	32.264	171.808	357.730	441.307	444.063	4,52%	2.756
Totaal print	5.646.859	4.300.386	4.770.445	10.490.655	10.023.630	6.269.116	63,84%	-3.754.514
Openbare radio	293.535	381.414	1.162.556	934.301	1.018.108	838.105	8,54%	-180.003
Commerciële radio	0	59.518	221.645	128.220	83.561	87.852	0,89%	4.291
Totaal radio	293.535	440.933	1.384.200	1.062.521	1.101.669	925.957	9,43%	-175.712
Openbare tv	380.570	866.635	1.494.914	1.385.416	856.370	618.972	6,30%	-237.398
Commerciële tv	875.912	586.123	1.557.409	1.492.846	739.971	266.273	2,71%	-473.698
Regionale tv	543.609	647.878	1.538.476	3.122.446	1.929.942	924.765	9,42%	-1.005.177
Thema-tv (3)	0	6.452	206.804	187.748	445.392	447.589	4,56%	2.197
Totaal tv	1.800.091	2.107.089	4.797.603	6.188.456	3.971.675	2.257.599	22,99%	-1.714.076
Affichage (4)	98.811	349.226	258.644	482.472	121.307	133.244	1,36%	11.937
Internet	0	0	46.608	121.569	139.623	231.936	2,36%	92.313
Algemeen totaal	7.839.296	7.197.633	11.257.500	18.345.673	15.357.904	9.817.852	100%	-5.540.052

(1) De cijfers in dit overzicht hebben betrekking op mediaruimte die werd aangekocht via het systeem van centrale media-aankoop via de voorlichtingsambtenaar en slaan op de verschijning in het jaar in kwestie, niet op het ogenblik van de aankoop van de mediaruimte.

(2) Metro, De Zondag, Zone 09, 03, ...

(3) TMF, Kanaal Z en Vitaya

(4) inclusief Boomerang en Vespasius

Verklaring bij de kolommen:

Kolom A: Mediabestedingen in absolute cijfers in 1999

Kolom B: Mediabestedingen in absolute cijfers in 2000

Kolom C: Mediabestedingen in absolute cijfers in 2001

Kolom D: Mediabestedingen in absolute cijfers in 2002

Kolom E: Mediabestedingen in absolute cijfers in 2003

Kolom F: Mediabestedingen in absolute cijfers in 2004

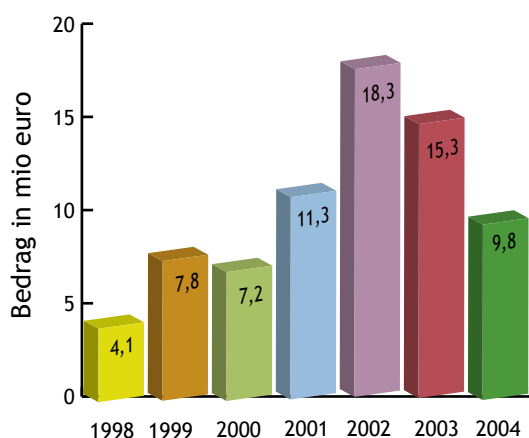
Kolom G: Aandeel in de totale mediabestedingen van 2004

Kolom H: Evolutie mediabestedingen 2003 – 2004 in absolute cijfers

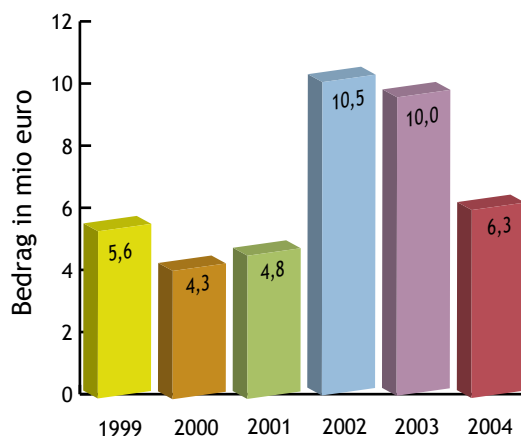
Na de sterke daling in het kalenderjaar 2003, bracht 2004 opnieuw een forse inkrimping van de mediabudgetten bij de Vlaamse overheid. Het mediabudget van 2004 bedroeg nog slechts een (weliswaar ruime) helft van wat in 2002 werd gespendeerd aan mediaruimte. T.o.v. 2003 daalde het totale mediabudget in 2004 met maar liefst 36,5% of met 5.540.052 euro in absolute cijfers van 15,3 miljoen euro in 2003 naar 9,8 miljoen euro in 2004. De grootste daling was te noteren bij de Vlaamse kranten (- 2.047.783 euro), gevolgd door de huis-aan-huis pers (- 1.432.908 euro) en de regionale televisie (- 1.005.177 euro). De gratis pers (Metro, De Zondag, Zone 09, 03, ...), commerciële radio, thema-televisie en afficheage wisten zich te handhaven op het niveau van 2003, terwijl internet een stijging kende van 66% maar nog altijd slechts 2,36% van alle mediabestedingen uitmaakt.

De media-aankopen bij de printsector dalen weliswaar fors in absolute cijfers (- 3.754.514 euro) maar in percentage handhaaft de sector zich op bijna 64% van de mediabestedingen bij de Vlaamse overheid. Radio-bestedingen waren in 2004 goed voor bijna 10% van het totaal. Televisie zakt van 26% in 2003 naar 23% in 2004. Afficheage (1,36%) en internet (2,36%) blijven (ondanks een relatieve en absolute stijging) media waarvan de Vlaamse overheid zich slechts sporadisch bedient.

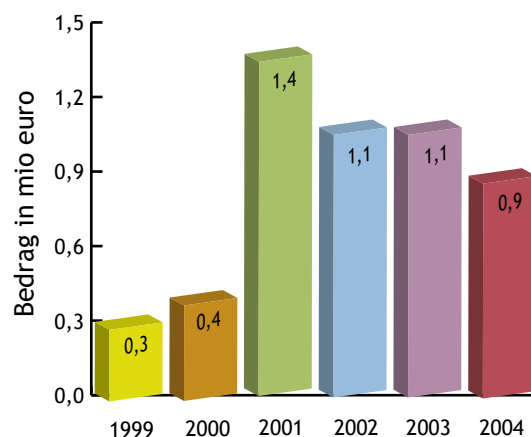
Evolutie mediabestedingen per kalenderjaar



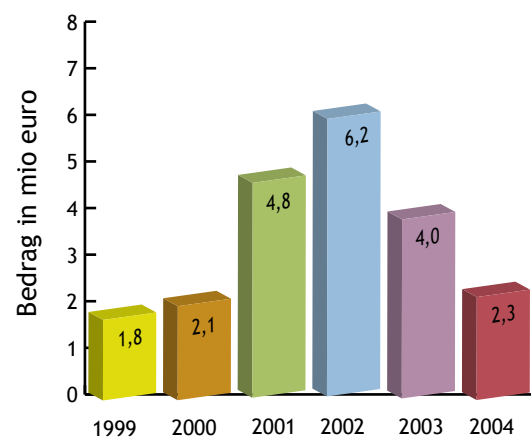
Evolutie mediabestedingen bij printsector per kalenderjaar



Evolutie mediabestedingen bij radiosector per kalenderjaar



Evolutie mediabestedingen bij audiovisuele sector per kalenderjaar



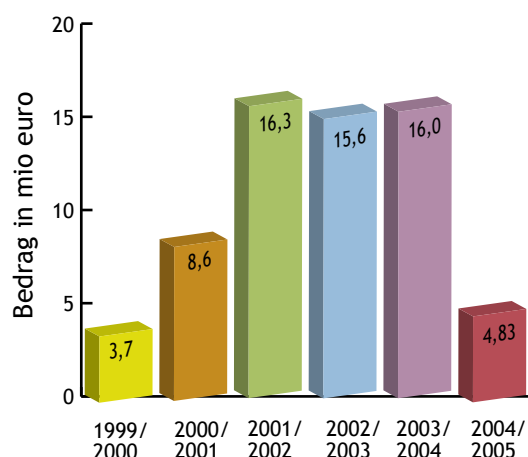
5.1.5 Evolutie van de mediabestedingen per parlementair jaar

Aangezien dit jaarverslag het parlementaire jaar 2004-2005 behandelt, worden hieronder volledigheidshalve ook de mediabestedingen per sector per parlementair jaar weergegeven. Uit de eerste kolom valt onmiddellijk op dat de mediabestedingen sinds het aantreden van de nieuwe Vlaamse Regering een spectaculaire duik hebben genomen. In het vorige parlementaire jaar werd voor ruim 16 miljoen euro aan mediaruimte aangekocht. In het net afgelopen parlementaire jaar viel dit terug op 4,8 miljoen euro. Twee verklaringen liggen aan de grondslag van deze vaststelling. In eerste instantie is er de logica dat een nieuwe regering eerst beleid ontwikkelt alvorens erover te communiceren. Ten tweede, en meer fundamenteel, is de daling voor het overgrote deel te wijten aan de besparingsronde in de diverse departementen. Communicatiebudgetten lijken hiervan een belangrijk slachtoffer te zijn.

In absolute cijfers is de daling bij de printsector het grootst: maar liefst 6,9 miljoen euro. De daling in relatieve cijfers is het sterkst bij de televisiesector: minus 89%! Alle omstandigheden in acht genomen, weet de radiosector (- 126.000 euro) nog relatief stand te houden.

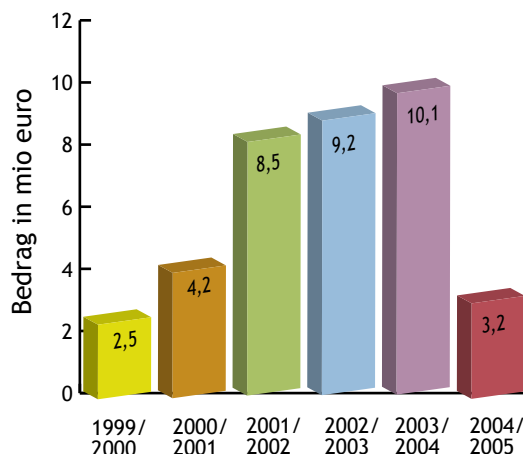
Evolutie totale mediabestedingen per parlementair jaar

Parlementair jaar	Bedrag in euro
2004 - 2005	4.839.825
2003 - 2004	16.032.010
2002 - 2003	15.675.641
2001 - 2002	16.300.600
2000 - 2001	8.635.743
1999 - 2000	3.708.679



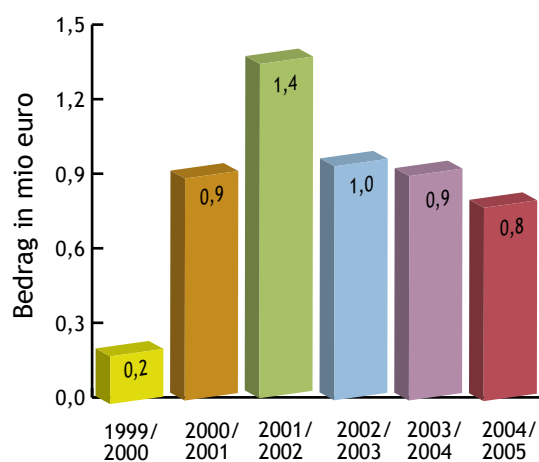
Evolutie mediabestedingen bij de printsector per parlementair jaar

Parlementair jaar	Bedrag in euro
2004 - 2005	3.255.096
2003 - 2004	10.182.638
2002 - 2003	9.214.233
2001 - 2002	8.578.866
2000 - 2001	4.251.327
1999 - 2000	2.542.494



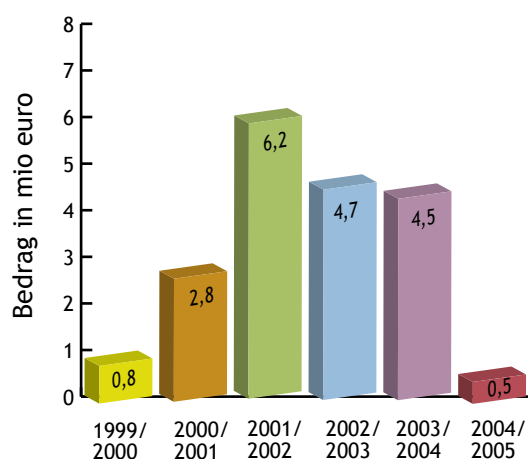
Evolutie mediabestedingen bij de radiosector per parlementair jaar

Parlementair jaar	Bedrag in euro
2004 - 2005	819.817
2003 - 2004	945.825
2002 - 2003	984.895
2001 - 2002	1.415.268
2000 - 2001	936.391
1999 - 2000	202.598



Evolutie mediabestedingen bij de televisiesector per parlementair jaar

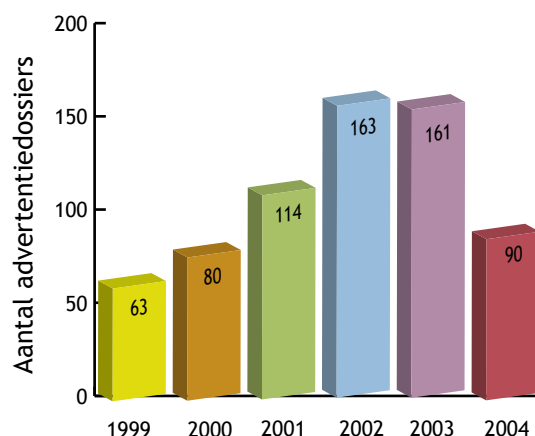
Parlementair jaar	Bedrag in euro
2004 - 2005	496.111
2003 - 2004	4.522.828
2002 - 2003	4.704.989
2001 - 2002	6.158.531
2000 - 2001	2.755.322
1999 - 2000	844.796



5.1.6 Dossiers media-aankoop

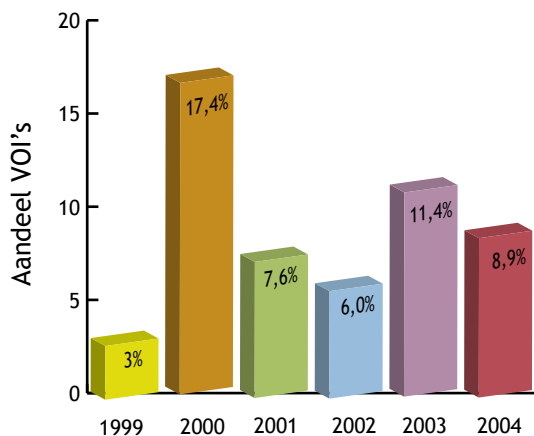
In 2004 werden 90 campagnes of advertentiedossiers behandeld, een spectaculaire daling ten opzichte van 2003. Een advertentiedossier kan zowel betrekking hebben op een uitgebreide multimediale campagne als op een kleine administratieve mededeling of een rouwbericht in enkele kranten.

Aantal advertentiedossiers per kalenderjaar



Van de totale mediabesteding in 2004 werd 8,6 miljoen euro of 89% aangekocht ten behoeve van de diensten van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, en 0,88 miljoen euro of 9% ten behoeve van de Vlaamse openbare instellingen. Met 49% was het departement Coördinatie andermaal verantwoordelijk voor het grootste deel van de media-aankopen. Zij werden gevolgd door de departementen EWBL (15%), Leefmilieu en Infrastructuur (9%) en Onderwijs (8%). De departementen WVC (1%) en WIM (0%) sluiten het rijtje. Het Vlaams Parlement was goed voor 2% van de totale mediabestedingen van de Vlaamse overheid.

Aandeel VOI's in mediabestedingen Vlaamse overheid per kalenderjaar

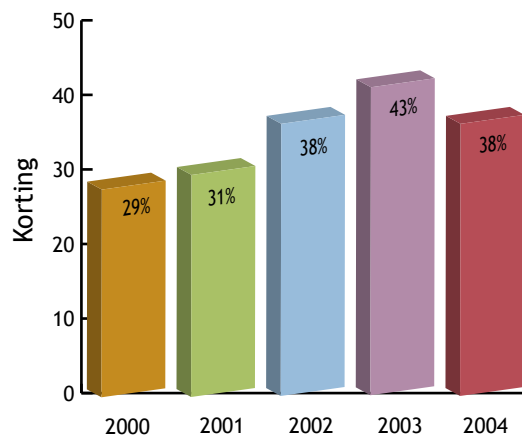


In kranten wordt hoofdzakelijk geopteerd voor 1/4- en 1/8-pagina's. In 2003 was dat nog voornamelijk 1/2- en 1/4-pagina's. In magazines beslaan de meeste inlassingen een volledige pagina, terwijl het merendeel van de radio- en tv-spots van de Vlaamse overheid traditiegetrouw 30 seconden duurt.

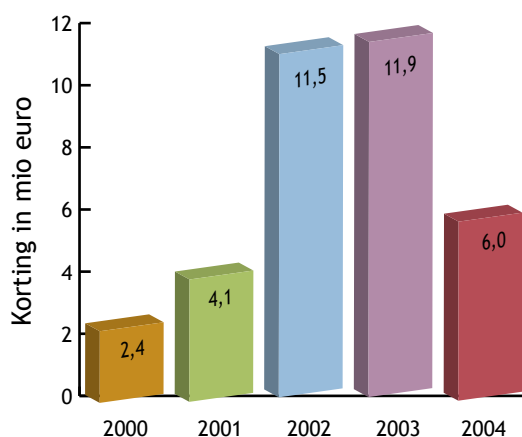
5.1.7 Kortingen

In het kader van de centrale media-aankoop verkrijgt de Vlaamse overheid van de media(federaties) exclusieve kortingen bij de aankoop van media-ruimte. De bundeling van alle media-aankopen van de Vlaamse overheid in het systeem van centrale media-aankoop in 2004 resulteerde in een gemiddelde korting van 38% (2003: 43%) op de normale commerciële tarieven. Dat kwam neer op een besparing van 6 miljoen euro (2003: 11,9 miljoen euro) ten voordele van de Vlaamse overheid. De gedaalde kortingen, zowel relatief als absoluut, hebben vanzelfsprekend alles te maken met de gedaalde volumes. Deze substantiële kortingen tonen evenwel nog steeds het belang aan van het systeem van centrale media-aankoop.

Kortingspercentage t.o.v. commerciële tarieven per kalenderjaar



Korting in absolute cijfers per kalenderjaar



5.2 Uitbesteding van campagnes

Traditiegetrouw wordt binnen de cel van de informatieambtenaar voorrang gegeven aan de begeleiding van de realisatie van overheids campagnes. Zes medewerkers van de informatieambtenaar besteden een ruim deel van hun tijd aan adviesverlening inzake uitbestedingen, beoordeling van kandidaatstellingen en offertes, het optimaliseren van creatieve concepten in samenspraak met communicatiebureaus en campagnebegeleiders, het bijwonen van opnames van radio- en tv-spots, de bewaking van de Code van Goede Praktijk voor de communicatiecampagnes van de Vlaamse overheid, advisering omtrent media-aankopen, enzovoort. Een en ander gebeurt aan de hand van een checklist die aandacht besteedt aan de meest uit-

eenlopende elementen die bij het tot stand komen van een overheidscampagne komen kijken, gaande van het informeren van de vakpers over een specifieke competitie (indien de gekozen procedure dit toelaat), over het laten storten van een borgtocht door de opdrachtnemer, tot het uitvoeren van de 'Brusseltoets' (checken of de gecommuniceerde boodschap al dan niet van toepassing is op Vlamingen die in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest wonen en de mediaselectie daarop afstemmen) en afstemming met de collega's van de Vlaamse Infolijn. Op de portaalsite van de afdeling Communicatie & Ontvangst is alle informatie te vinden inzake overheidscommunicatie. Via relevante trefwoorden wordt de bezoeker doorheen het grote aanbod geloodst. Telkens wordt verwezen naar de meest relevante contactpersonen. Een en ander is te vinden op het volgende adres: <http://intra.vlaanderen.be/communicatie> (intranetwebsite).



6/ Communicatie in de zeven departementen van het ministerie

In het verslag van vorig jaar werd aangekondigd dat toen waarschijnlijk voor de laatste maal aandacht zou besteed worden aan de communicatie van de zeven departementen van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. Na de implementatie van BBB zal dit hoofdstuk een overzicht bieden van de communicatie in de dertien ministeries en de EVA's en IVA's. Tot op heden is BBB nog niet (volledig) operationeel. Volgens de voorliggende timing zou dat op 1 januari 2006 wel het geval zijn. M.a.w. zal dit verslag pas ten vroegste vanaf volgend jaar een overzicht geven van de communicatie van de 13 ministeries en de betrokken EVA's en IVA's. Voorlopig vindt de lezer nog de vertrouwde indeling in de zeven departementen. Dit hoofdstuk pretendeert geen limitatief overzicht te zijn maar wel een beeld van de zeer uiteenlopende accenten die de departementen leggen bij de realisatie van hun communicatiefunctie. Input voor dit hoofdstuk kwam uit de departementen zelf. De periode die wordt behandeld loopt van 1 juli 2004 tot 30 juni 2005.

6.1 Departement Coördinatie

6.1.1 Kanselarij en Voorlichting

De administratie Kanselarij en Voorlichting, waaronder de voorlichtingsambtenaar ressorteert, staat in voor de coördinatie van de communicatie van de Vlaamse Regering en haar diensten. Door deze administratie worden doorgaans generieke en overkoepelende campagnes gevoerd die niet meteen tot een specifieke bevoegdheid van een bepaalde minister behoren. Typevoorbeelden in dit verband waren de twee overkoepelende projecten Periodieke Beleidscommunicatie (PBC) en Doelgroepgerichte Communicatie over Vlaamse Dienstverlening (VLAD), die evenwel wegens bezuinigingen (zie verder) werden stopgezet in het voorjaar van 2004.

6.1.1.1 Vlaanderendag 2005



Zondag 24 april 2005 vond de vierde editie van Vlaanderendag plaats. Deze tweejaarlijkse openhuisdag van de Vlaamse overheid werd vooraf bekendgemaakt d.m.v. een tv-spot, radiosspots en advertenties. Omdat het publiek tijdens die dag eregast is van de Vlaamse overheidsdiensten, werd opnieuw gekozen voor het concept met de rode loper. Het beeldmateriaal van de communicatiecampagne van de vorige Vlaanderendag werd behouden en aangepast waar nodig.

Ook deze keer bestond de campagne voor een groot deel uit het genereren van free publicity. De media werden op een intensieve manier benaderd o.a. via e-mailings en persberichten en niet zonder succes. Voor de tweede keer werd ook een wedstrijdconcept uitgewerkt waarbij 3 winnaars werden uitgenodigd voor een VIP-arrangement tijdens Vlaanderendag. Deelname aan de wedstrijd was mogelijk via de Jommekeskrant, Radio Donna of de website van Vlaanderendag. Deze laatste werd verder geoptimaliseerd en er werden enkele meer interactieve luiken aan toegevoegd zoals een gastenboek, het wedstrijdconcept en een persluik. Ondanks de inspanningen via de communicatiecampagne lag het bezoekersaantal van de vierde Vlaanderendag met 75.000 een kwart lager dan in 2003. Misschien zat de lokroep van het eerste lentezonnetje hier voor iets tussen.

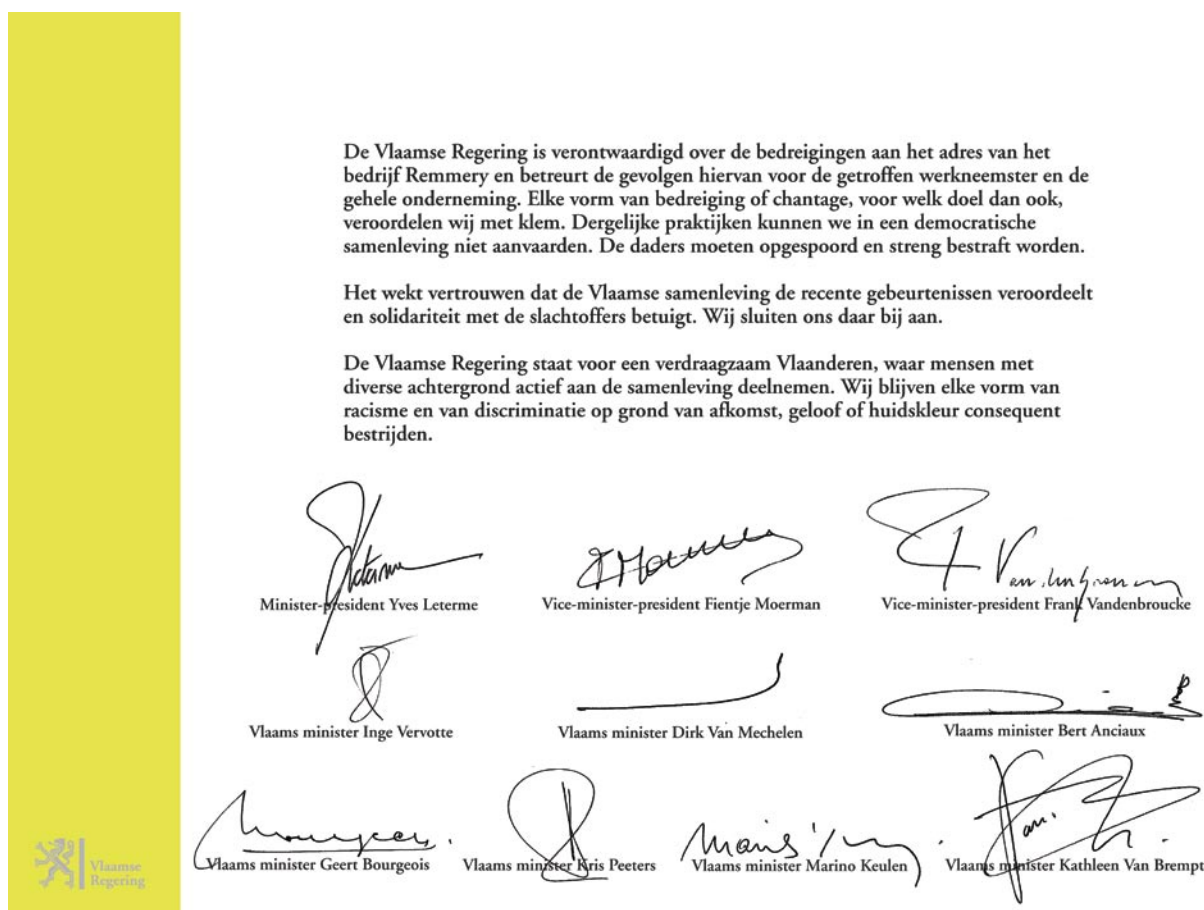
6.1.1.2 Vlaanderen Feest! 2004

Naar aanleiding van 11 juli, de Vlaamse feestdag,

organiseerde de Vlaamse Regering ook in 2004 de campagne Vlaanderen Feest!. Met Vlaanderen Feest! wilde de Vlaamse Regering opnieuw een levend en eigentijds feest realiseren en zoveel mogelijk mensen ertoe aanzetten mee te doen. Het thema voor het Feest van de Vlaamse Gemeenschap in 2004 was 'muziek'.

Daarnaast zullen ook nog meer dan 1.100 andere lokale verenigingsinitiatieven en buurtfeesten tussen 1 en 11 juli een activiteit in het kader van Vlaanderen Feest! organiseren.

6.1.1.3 Standpunt Vlaamse Regering in Remmery-zaak



Tussen 1 en 11 juli 2004 werd op bijna 2.000 plaatsen meegevierd door zowat een miljoen mensen. Het aantal buurtfeesten en lokale evenementen in het kader van de actie 'Buren Feesten' steeg tot meer dan 1.300 en in meer dan 240 gemeenten vonden één of meer geselecteerde dorps- en stadsfestiviteiten plaats in het kader van Vlaanderen Feest!. Alle mediaruimte werd verkregen via het afsluiten van ruilovereenkomsten en het verkrijgen van free publicity.

Voor een verslag van de editie 2005 is het wachten op het volgende jaarverslag. Op het moment van de redactie van dit jaarverslag was wel al bekend dat in alle grote steden en in ruim 230 van alle andere gemeenten en in 8 Antwerpse districten, een- of meerdaagse festiviteitenprogramma's gepland zijn voor het Feest van de Vlaamse Gemeenschap.

Tijdens haar vergadering van 4 maart 2005 besliste de Vlaamse Regering een advertentie te publiceren in alle Vlaamse kranten waarbij ze de bedreigingen aan het adres van de zaakvoerder en werknemers van de West-Vlaamse firma Remmery ten strengste veroordeelde. Het standpunt werd ondertekend door alle Vlaamse ministers en was onder meer in dat opzicht een primeur voor Vlaanderen.

6.1.1.4 Beter Bestuurlijk Beleid

Beter Bestuurlijk Beleid (BBB) is het grootscheepse vernieuwingsproject om de Vlaamse overheid nog transparanter en slagvaardiger te maken. Alles draait rond een betere dienstverlening aan de burger. De Vlaamse bevolking werd een eerste maal geïn-

formeerd over de principes en doelstellingen van BBB in het voorjaar van 2004. Na het afronden van de reorganisatiefase zal aan de hand van een op dat moment te publiceren nieuwe Gids van de Vlaamse overheid gecommuniceerd worden. Om niet onmiddellijk verouderd te zijn, kan de redactie van de Gids pas worden afgerond na de volledige implementatie van BBB (januari 2006). Zo is een en ander voorzien in het communicatieplan dat door het Ministerieel Comité BBB werd goedgekeurd.

6.1.1.5 Kenniscel Wetsmatiging

De intentie om werk te maken van vereenvoudiging loopt als een rode draad door het regeerakkoord 2004 'Vertrouwen geven. Verantwoordelijkheid nemen'. De doelstellingen van het reguleringsmanagement binnen de Vlaamse overheid zijn administratieve vereenvoudiging en kwaliteitsverbetering van de regelgeving.

Enerzijds is het belangrijk dat de Kenniscel communiceert over vereenvoudigingsprojecten met het oog op het bereiken van haar strategische doelstellingen. Anderzijds is het ook belangrijk het grote publiek te betrekken en te informeren over de resultaten van de vereenvoudiging.

De interne doelgroep kan ruim worden gedefinieerd als alle personen die aan de kant van de overheid worden geconfronteerd met de toepassing van regelgeving enerzijds, en de effecten van regelgeving anderzijds. De externe doelgroep zijn de burgers, bedrijven, organisaties en lokale besturen. De belangrijkste doelstellingen die de Kenniscel met haar communicatie wil bereiken, zijn:

- bekendheid van het reguleringsmanagement en van de Kenniscel Wetsmatiging bevorderen;
- inhoudelijke kennis van reguleringsmanagement verzekeren;
- betrokkenheid vergroten;
- blijvend sensibiliseren.

De website www.vlaanderen.be/wetsmatiging vervult de rol van centrale informatiebron: alles wat met de Kenniscel en vereenvoudiging te maken heeft, is via de website te vinden. In alle communicatieproducten wordt voor meer uitleg en feedback naar deze website verwezen. Aan de website

is ook een databank gekoppeld met (voorlopig) drie modules:

- projectendatabank;
- compensatietabel;
- indicatoren tabel.

Toegang tot deze databank moet worden aangevraagd bij de Kenniscel Wetsmatiging.

De formulierensite van het departement Onderwijs werd bekendgemaakt aan de doelgroep via een advertentie.



De Kenniscel Wetsmatiging verzorgde in het voorbije werkjaar ook een aantal publicaties.

- Jaarlijks wordt een voortgangsrapport reguleringsmanagement opgemaakt, waarmee aan het Vlaams Parlement wordt gerapporteerd over de voortgang van de vereenvoudiging van de regelgeving en de vermindering van de administratieve lasten tijdens het voorbije parlementaire jaar. In oktober 2004 werd het voortgangsrapport Reguleringsmanagement 2003-2004 'Wetsmatiging op het spoor' gepubliceerd.

- Vanaf 1 januari 2005 is de compensatieregeling verplicht van toepassing. De compensatieregeling voor administratieve lasten houdt in dat elke verhoging van administratieve lasten als gevolg van een regeringsbeslissing (decreet, besluit, ...), gepaard moet gaan met een even grote daling van bestaande administratieve lasten. In december 2004 werd een instructienota met meer gedetailleerde informatie gepubliceerd.

- Vanaf 1 januari 2005 is de opmaak van een reguleringssimpactanalyse (RIA) verplicht voor alle voorontwerpen van decreet en ontwerpbesluiten van de Vlaamse Regering die een regulerend effect

hebben op de burger, het bedrijfsleven of non-profitorganisaties. In een RIA worden de noodzaak en wenselijkheid van de voorgenomen regelgeving aangetoond. De beoogde doelstellingen van de regelgeving worden beschreven en de verwachte positieve en negatieve effecten ervan worden vergeleken met alternatieven. In januari 2005 werd een handleiding 'Richtlijnen voor de opmaak van een reguleringsimpactanalyse' gepubliceerd. Deze handleiding bevat meer gedetailleerde informatie bij het opstellen van een reguleringsimpactanalyse.

- In mei 2005 werd het derde actieplan reguleringsmanagement 2005 'Goede regels. Eenvoudige procedures' gepubliceerd. Dit derde actieplan bundelt de concrete inspanningen voor administratieve vereenvoudiging en kwaliteitsverbetering van de Vlaamse regelgeving in 2005.

Zowel intern als extern werden deze verschillende publicaties ruim verspreid. Al deze publicaties kunnen online worden geraadpleegd en/of besteld via de website van de Kenniscel Wetsmatiging.

Op 26 mei 2005 gaf de bevoegde minister tijdens een persconferentie het startschot voor 104 vereenvoudigingsprojecten binnen de Vlaamse overheid, gebundeld in het Actieplan 2005 'Goede regels. Eenvoudige procedures'. Aan de hand van een 'dashboard' worden elk kwartaal in harde cijfers de vorderingen van de lastenverlaging en de kwaliteitsverbetering van de Vlaamse regelgeving voorgesteld. Via de webpagina van de Kenniscel Wetsmatiging kan het dashboard worden geraadpleegd.

Op 6 juni 2005 werd een colloquium 'Dialoog voor Vereenvoudiging' voor lokale besturen georganiseerd. Tijdens dit colloquium werd Knokke-Heist door de Vlaamse minister van Administratieve Vereenvoudiging en de Vlaamse minister van Binnenlands Bestuur gelauwerd tot 'Eenvoudigste Gemeente' van Vlaanderen. Met hun project rond de harmonisering van de politieverordeningen haalde Knokke-Heist het van 32 andere projecten. De gemeente in kwestie legde een uitgebreid plan voor waarmee ze de politieverordeningen willen har-

moniseren, zodat er een eenvoudige, doorzichtige en duidelijke regelgeving voor zowel de burger als voor het bestuur komt. Het projectvoorstel van de kustgemeente blinkt uit met zijn langetermijnvisie op reguleringsmanagement en de grondige aanpak van regeloverlast via de politieverordeningen. Het gemeentebestuur kreeg een verkeersbord met het opschrift 'Knokke-Heist, Award 2005 Eenvoudigste Gemeente' cadeau en een oorkonde. Samen met de 7 andere genomineerde gemeenten krijgt Knokke-Heist een ondersteuning op maat door de Kenniscel Wetsmatiging van de Vlaamse overheid bij de realisatie van haar project. De andere genomineerde gemeenten kunnen over een jaar, na de succesvolle realisatie van hun project het label 'Eenvoudige gemeente' in de wacht slepen.

6.1.1.6 Hoofdstedelijke Aangelegenheden

De communicatiestrategie van het bevoegdheidsdomein 'Hoofdstedelijke Aangelegenheden' bleef het afgelopen werkingsjaar gehandhaafd. Doel is om het nog steeds problematische imago van Brussel in Vlaanderen bij te sturen en de Brusselse Vlamingen op een meer zichtbare en herkenbare wijze te profileren binnen de hoofdstad.

Onthaal en Promotie Brussel

De vzw Onthaal en Promotie Brussel (OPB) is operationeel sinds 2001. De organisatie maakt Vlamingen wegwijs in Brussel en promoot de Nederlandstalige evenementen die er plaatsvinden om de band tussen de Vlamingen en hun hoofdstad nauwer aan te halen. Daarnaast ontwikkelt Onthaal en Promotie Brussel zelf ook evenementen, zoals de jaarlijkse 11 juliviering in Brussel 'De Gulden Ontsporing' en het pendelaarsproject 'Broodje Brussel'. Sinds halfweg vorig jaar wordt het driemaandelijks magazine 'Brussel XL' verdeeld via het Aeolus-netwerk in culturele locaties, terwijl vroeger bijna uitsluitend met gratis abonnementen werd gewerkt. Op dit ogenblik wordt het tijdschrift op 45.000 exemplaren gedrukt. Wie het tijdschrift toch in de bus wenst te ontvangen, betaalt 5 euro op jaarbasis.

Brusselse media

De stadskrant Brussel Deze Week, de televisiezender TV-Brussel en de stadsradio FM-Brussel vormen samen de drie Vlaams-Brusselse media-actoren. Ze worden nominatim door de Vlaamse Gemeenschap gesubsidieerd en zijn gehuisvest in het voormalige NIR-omroepgebouw aan het Flageyplein.

Het Nederlandstalige weekblad Brussel Deze Week richt zich naar de Nederlandstalige Brusselaars en alle geïnteresseerde lezers. De verspreiding gebeurt op naam op basis van een geactualiseerd adressenbestand via een postabonnement. De meertalige, wekelijkse Agenda bevat hoofdzakelijk culturele informatie en is gericht naar de hele Brusselse bevolking. Voor het tweede jaar op rij bundelt Agenda het Brusselse zomerse cultuuraanbod in een zomerspecial. Tijdens de zomerperiode vinden in Brussel heel wat evenementen plaats: van Couleur Café over de Ommegang tot Klinkende Munt en het gloednieuwe Flageyfestival; van de evenementen in het kader van de Vlaamse en nationale feestdag over debuterende rockfestivals zoals Rock the City en Bruksellive tot orgelconcerten en het Theaterfestival. Door die veelheid als één geheel in een brochure te presenteren kan het rijke Brusselse zomeraanbod de nodige uitstraling en bekendheid krijgen bij het grote publiek. Het succes van bijvoorbeeld de Zomer van Antwerpen of de Gentse Feesten bewijst dat een gezamenlijke promotie niet alleen de initiatieven afzonderlijk ten goede komt maar ook positief kan bijdragen aan de uitstraling van Brussel. De Zomeragenda verscheen op 24 juni 2005, telt 94 pagina's, is drietalig (Nederlands – Frans – Engels) en de omslagillustratie werd naar aloude Mallemunt-traditie ontworpen door Ever Meulen. Via het communicatiebudget van de Vlaamse Gemeenschap-Hoofdstedelijke Aangelegenheden werden 48.500 extra exemplaren van de zomeragenda gedrukt voor verspreiding op de zomerfestivals en op toeristische trekpleisters in Vlaanderen.

Ook de regionale zender TV-Brussel is een belangrijk informatiekanaal voor de Vlaamse Brusselaars. Sinds enkele jaren zendt de VRT - in het kader van de promotie van Brussel in Vlaanderen - een week-

overzicht van een half uur van de regionale zender uit (telkens op zaterdag om 12.30 uur). Daarnaast worden sinds 1999 de informatieve programma's van TV-Brussel in het Frans en het Engels ondertiteld. Dat bleef ook zo in het afgelopen werkjaar. TV-Brussel heeft volgens de laatste CIM-cijfers 68.000 kijkers per dag en 238.000 kijkers per week. Er is een dekking van 35% in de doelgroep van Nederlandstalige Brusselaars. Twee derde van de kijkers zijn anderstalig. Gelet op de demografische samenstelling en evolutie van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, zit de groeiemarkt qua kijkcijfers duidelijk bij andersstaligen. Dit zijn belangrijke vaststellingen met het oog op een adequate mediaplanning bij campagnes die deze doelgroep beogen.

In het Jaarverslag 2003-2004 van de Informatieambtenaar werd op p. 42 uitgebreid ingegaan op de oprichting van de nieuwe stadsradio FM-Brussel, die ontstond in 2000 als studentenradio verbonden aan het RITS en evolueerde naar een professionele dynamische Vlaamse stadsradio, die non-stop in de ether is en de verscheidenheid van de stad reflecteert. In het najaar van 2005 is een nieuwe beperkte campagne gepland rond het grote FM-Brussel-publieksfeest dat op dat moment zal plaatsvinden.

Eind oktober 2004 werd 'brusselnieuws.be' gelanceerd, een ambitieuze gemeenschappelijke nieuws-site waarvoor de drie genoemde Vlaams-Brusselse mediapartners (Brussel Deze Week, TV Brussel en FM-Brussel) de handen in elkaar sloegen. De website is er in de eerste plaats voor de Nederlandstalige Brusselaar op zoek naar actuele informatie en nieuws over alle mogelijke aspecten van zijn of haar stad, de Brusselaar die achtergrondinformatie wil opzoeken, die online naar de radio wil luisteren of televisie wil kijken, die specifieke culturele informatie wil opzoeken of die op zoek is naar concrete gegevens van de drie mediapartners. Daarnaast is brusselnieuws.be er ook voor iedereen die niet in Brussel woont - en dus buiten het bereik of het gratis verspreidingsgebied van de genoemde media - en op de hoogte wil blijven over alle mogelijke onderwerpen die verband houden met de hoofdstad van Vlaanderen, zij het om professionele redenen (journalisten, beleidsmakers, enz.), als cultuurgebruiker, als pendelaar of gewoon uit interesse (uit-

geweken Brusselaars, ouders van Brusselbewoners, enz.). Rond de start van de nieuwswebsite werd een campagne gevoerd met advertenties in Brussel Deze Week en Metro, een radiospot op FM-Brussel en een tv-spot op TV-Brussel. Verder werd de marketingactie 'Manneken Pis palmt Brussel in' opgezet, waarbij in de vroege ochtend van woensdag 20 oktober 2004 over heel Brussel 6.000 beeldjes van Manneken Pis werden geplaatst met daarop het logo van de gelanceerde nieuwssite. Op te merken valt nog dat in het kader van de besparingen op het einde van het begrotingsjaar 2004 de voorziene mediaruimte voor de advertenties grotendeels sneuvelde. Niettemin zijn de eerste resultaten toch hoopgevend. Dagelijks worden immers meer dan duizend unieke bezoeken geregistreerd. Ongeveer 30% daarvan bezoekt de website meerdere keren per dag. Alle provincies van Vlaanderen zijn vertegenwoordigd met een overzicht uit de regio's Brussel en Antwerpen. De statistieken van de website zullen gedurende de komende maanden worden verfijnd, zodat er betere sociodemografische gegevens zullen beschikbaar zijn.

Huis van het Nederlands

Sinds 1 september 2003 is het Huis van het Nederlands in Brussel van start gegaan. Naast voor de hand liggende doelstellingen als de coördinatie van het bestaande aanbod aan taallessen Nederlands in Brussel en de kwaliteitsbewaking en -verbetering, heeft het Brusselse Huis van het Nederlands ook een taalpromotionele opdracht meegekregen. Al die taken werden bij het doelpubliek bekendgemaakt met een folder en een brochure onder de slogan "Nederlands leren? Het kan!". Ook de website www.huisnederlandsbrussel.be is intussen in drie talen operationeel. Het taalpromotionele luik van het Huis van het Nederlands wordt integraal gefinancierd door de Vlaamse Gemeenschap-Hoofdstedelijke Aangelegenheden. Het is de bedoeling Frans-talige en anderstalige Brusselaars te overtuigen van het nut van het Nederlands. Doel is te bereiken dat het Nederlands meer en meer als vanzelfsprekend wordt gebruikt en aanvaard als vaste contacttaal in de hoofdstad. Om die doelstelling te realiseren, zet

het Huis van het Nederlands een aantal speerpuntacties op, die zich richten op een specifieke doelgroep. De eerste actie is het winkelstratenproject. Sinds 11 oktober 2004 volgen winkeliers, verkopers en horecapersoneel uit de Brusselse winkelstraten in de binnenstad Nederlandse les om hun klanten beter van dienst te kunnen zijn. Het Huis van het Nederlands biedt hen daartoe op maat gemaakte lessen aan in een pakket van 60 lessen per niveaugroep, in de vorm van wekelijkse, twee uur durende 'taaluurtjes'. De klemtoon ligt op het verbeteren van spreek- en luistervaardigheden, om op een zo kort mogelijke tijd de Nederlandstalige klanten zo efficiënt mogelijk te woord te kunnen staan. De lessen worden gegeven in deelnemende winkels in de Brusselse binnenstad door leerkrachten uit vier Brusselse Centra voor Volwassenenonderwijs. Tijdens de soldenperiode in januari 2005 werd dit initiatief bekendgemaakt via affiches in het straatbeeld en in de etalages van de deelnemende winkels, zodat Nederlandstalige klanten de weg konden vinden naar de winkels waar het personeel Nederlands leert. Om van de soldenperiode een 'stageperiode' te maken, werden de Nederlandstalige klanten ertoe aangespoord Nederlands te oefenen met de winkeliers die een badge dragen. De badge geeft aan dat de cursist Nederlands leert, maar de taal nog niet volledig beheerst. Er namen 93 handelszaken effectief deel aan het project, waarvan 54 ketens en 39 zelfstandigen. De tweede speerpuntactie is in volle voorbereiding en richt zich tot de Brusselse gezondheids- en verzorgingssector. Om de tweetaligheid in de spoeddiensten van de Brusselse ziekenhuizen te bevorderen, worden binnenkort in samenwerking met de betrokken ziekenhuizen, Nederlandse taalmodules ontwikkeld en aangeboden. Die modules kunnen uiteraard ook worden ingezet voor de reguliere diensten in de ziekenhuizen. Intussen is het schriftelijk engagement tot deelname van de vijf niet-Nederlandstalige MUG-ziekenhuizen binnen.

Nederlandstalig Onderwijs Brussel

Vorig jaar lanceerde de cel Hoofdstedelijke Aangelegenheden een succesvolle campagne om vanuit

een Brussels perspectief het beroep van leerkracht onder de aandacht te brengen. De centrale slagzin was: 'In Brussel kan je als leerkracht wonderen doen'. De campagne wordt aangehaald als één van de beslissende factoren in de gedeeltelijke wegwerking van het lerarentekort in het Nederlandstalige onderwijs in Brussel dit schooljaar. Ze viel uiteen in een meer klassiek wervend gedeelte met advertenties, affiches en een website (www.leerkrachtinbrussel.be; nog steeds online) en in een meer praktijkgericht gedeelte in de vorm van twee happenings. Vooral die happenings waarin Brussel als werkstad werd gepromoot bij afstuderende leerkrachten van EHSAL en de Erasmushogeschool, werden positief gewaardeerd. Wegens het succes werd beslist deze happenings dit jaar opnieuw te laten plaatsvinden. Meer nog: in het najaar worden gelijkaardige evenementen georganiseerd voor afstuderende maatschappelijke assistenten en verpleegkundigen. Dit jaar werden op 26 mei in de Erasmushogeschool en op 15 juni in EHSAL zo'n happenings georganiseerd, in kleine groepjes zodat intensere contacten kunnen ontstaan. Via een doorschuifstelsel komen de groepjes van telkens een vijftientigtal studenten in een viertal thematische 'salons' terecht. Er wordt steeds vertrokken van een provocerende stelling, bijvoorbeeld: 'In Brussel zijn de klassen zo'n allegaartje dat je met de meeste leerlingen nooit de ontwikkelingsdoelen of eindtermen haalt'. Vervolgens neemt een beroepsleerkracht of ondersteuner het woord, die uit eigen ervaring vertelt en de stelling nuanceert, bijstuurt of verbreedt. Achteraf wordt gedebatteerd met de studenten, de aanwezige leerkrachten en de getuigen. Indien er een consensus in de groep kan worden gevonden, wordt de basisstelling gemendeerd of geherformuleerd. Naast de salons is er in een centrale ruimte ook plaats voor een aantal ondersteunende verenigingen, zoals Taalvaart, Voorzorgsbeleid Brussel, BITS, Nascholingscentrum Brussel, Onthaal en Promotie Brussel en Quartier Latin.

Welzijns- en gezondheidssector

Er is in Brussel niet alleen een tekort aan leerkrachten in het Nederlandstalig onderwijs, maar ook aan Nederlandskundig personeel in de welzijns-

en gezondheidssector. Om daaraan te verhelpen, werden twee projecten opgezet: het project 'Baanbrekend Brussel' van de Brusselse Welzijns- en Gezondheidsraad richt zich op het aantrekken van personeel uit de welzijnssector; de vzw Pro Medicis Brussel richt zich op het aantrekken en behouden van Nederlandstalige (para)medici in het Brussels Hoofdstedelijke Gewest. Daartoe worden allerlei sensibiliserende acties opgezet, o.a. aan de Vlaamse universiteiten, waar de stageplaatsen in Brusselse ziekenhuizen worden gepromoot.

Brochure 'Brussel, jouw hoofdstad'

Doelstelling van deze brochure is op een objectieve, vlotte en aantrekkelijke wijze de rol van de Vlaamse gemeenschap in haar hoofdstad Brussel te verduidelijken. De brochure bestaat uit een beschrijvend gedeelte met o.a. aandacht voor de geschiedenis van Brussel, de institutionele positie van de hoofdstad en de voornaamste Vlaamse informatie-, onderwijs-, welzijns- en culturele netwerken. De lezer kan in de brochure vinden wat de belangrijke cultuurhuizen zijn en wat ze allemaal programmeren. Hij krijgt een overzicht van alle organisaties die Vlamingen die naar Brussel verhuizen of die in Brussel werken, kunnen helpen. De brochure helpt bijvoorbeeld het misverstand de wereld uit dat er een woonpremie bestaat voor wie naar Brussel verhuist. Ten slotte ontwaart de brochure het politieke kluwen van de hoofdstad. Elk hoofdstuk sluit af met een praktisch, informatief gedeelte met nuttige verwijs- en contactadressen. De brochure heeft als primaire doelgroep Vlamingen die op zoek zijn naar informatie over hun hoofdstad. Secundaire doelgroep zijn Franstalige Brusselaars en anderstaligen die in Brussel (komen) wonen en die een idee willen krijgen van de Vlaamse aanwezigheid in Brussel. Precies daarom werd 'Brussel, jouw hoofdstad' ook vertaald naar het Frans, Duits en Engels. In totaal werden 110.000 exemplaren gedrukt.

Website

Sinds april 2005 beschikt de cel coördinatie Brussel over een eigen website www.vlaanderen.be/brussel,

waar de informatie over het Vlaamse beleid in Brussel is samengebracht. De site bevat een overzicht van de voornaamste initiatieven en acties van de Vlaamse overheid in Brussel, praktische informatie over het aanvragen van subsidies, een uiteenzetting over de werking van het Vlaams Brusselfonds, een aantal fundamentele stukken i.v.m. het Vlaamse Brusselbeleid, enz. Ter promotie van die website werd een bladwijzer gemaakt, waarop de inhoud van de nieuwe Brusselwebsite werd samengevat.

6.1.1.7 Gelijke kansen

Gelijke Kansen in Vlaanderen wil feitelijke ongelijkheden in de samenleving en in het bijzonder voor vrouwen, holebi's of deze met betrekking tot de toegankelijkheidsthematiek, zichtbaar en bespreekbaar maken en voorkomen dat er nieuwe ongelijkheden worden gecreëerd. Ze geeft onder andere publicaties uit over die verschillende doelgroepen en thema's, en voert sensibiliseringscampagnes.

De voorbije periode kwamen 5 nieuwe publicaties uit, met name:

- 4 wenkenbladen toegankelijkheid: deze geven praktische tips rond hoe bibliotheken, speelpleinen, gebeds- en bezinningshuizen en kantoren van vrije beroepen, toegankelijk kunnen worden gemaakt voor personen met een beperkte mobiliteit. Deze brochures vullen een al bestaande reeks van 12 publicaties aan.

- de brochure 'Etnocommunicatie – communiceren met een multicultureel publiek' geeft een aantal communicatiemethoden om allochtone doelgroepen beter te informeren en om de dienstverlening van organisaties aan de wensen en verwachtingen van deze groepen aan te passen.

Daarnaast werd in het voorjaar 2005, naar aanleiding van de 100ste verjaardag van de Nederlandstalige vrouwenraad, campagne gevoerd met als doel de bevolking bewust te maken van de realisaties na een eeuw vrouwenstrijd en om de aandacht te vestigen op de uitdagingen die nog in het verschiet liggen.

6.1.2 Buitenlands Beleid

Voor een overzicht van de (communicatie) activiteiten van de administratie Buitenlands Beleid wordt verwezen naar hoofdstuk 4 van dit jaarverslag 'Voorlichting van de buitenlandse pers en het imago van Vlaanderen in het buitenland'.

6.2 Departement Algemene Zaken en Financiën

6.2.1 Personeelsontwikkeling

6.2.1.1 Emancipatiezaken

De dienst Emancipatiezaken werkt mee aan het personeelsbeleid bij de Vlaamse overheidsadministratie met als doel een evenredige participatie van de kansengroepen te realiseren. De uitgangspunten zijn de meerwaarde van diversiteit voor de organisatie en het creëren van gelijke kansen voor deze kansengroepen. De Vlaamse overheidsadministratie ambieert een voorbeeldfunctie op het vlak van gelijke kansen en diversiteit.

Toegankelijkheid van de websites van de Vlaamse overheid

De Vlaamse overheid besliste op 11 juni 2004 dat ze haar internet- en intranetsites en haar webtoepassingen toegankelijker maakt voor ouderen en personen met een handicap (het 'Toegankelijk-Web'-project). Deze aanpassingen verhogen de toegankelijkheid van haar diensten en bevorderen gelijke kansen op tewerkstelling bij de Vlaamse overheid voor iedereen. Tegen eind 2007 moeten ouderen en personen met een handicap gemakkelijk toegang hebben tot alle sites van de Vlaamse overheid en tegen 2010 moet dit het geval zijn voor alle intranettoepassingen. Om de webbeheerders te sensibiliseren en ondersteunen werden in het najaar 2004 informatie- en opleidingssessies georganiseerd en werd een helpdesk opgericht. Alle nieuwe sites moeten onmiddellijk conform de normen aangemaakt worden.

Kwaliteitsvolle vergadercultuur

Bedoeling van de campagne was een gedragsverandering te stimuleren. Er kwam een brochure met concrete tips en cartoons die bij het thema aansloten, een website en tafelvlagjes die op de vergader tafels geplaatst konden worden. In samenwerking met het departement LIN werd een afficheactie gelanceerd. Iedere maand verscheen een affiche in de vergaderlokalen van de Vlaamse overheid met telkens een ander thema. In het personeelsblad de Goedendag werd het thema eveneens belicht.

De personeelsleden van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap en van veertien openbare instellingen vormden de doelgroep van deze campagne. Ook buiten de Vlaamse overheid was de belangstelling voor het campagnemateriaal groot. Het materiaal ging begin 2004 voor een derde maal in herdruk. Vooral de affiches en de tafelvlagjes kenden succes. De ludieke invalshoek met de cartoons trok op een geslaagde manier de aandacht naar de inhoud van de campagne.

Schoonmaak en Catering

Uit een onderzoek bij de personeelsleden van de Diensten Afzonderlijk Beheer Schoonmaak en Catering (DAB S&C) bleek onder meer dat de medewerkers van deze diensten zich onvoldoende gerespecteerd voelden door de personeelsleden van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. Daarom startte de dienst Emancipatiezaken samen met de DAB S&C een interne communicatiecampagne met als doel bij de personeelsleden een oproep te doen tot meer respect voor het werk dat de medewerkers uit de DAB's Schoonmaak en Catering verrichten. Het basisidee van de communicatiecampagne is dat het ministerie een huishouden op zich is en dat iedereen een stukje mee verantwoordelijk is om ervoor te zorgen dat het er proper werken is. Deze principes werden op een niet-belerende manier meegegeven via concrete tips op zeven aparte dragers en op een specifieke intranetsite. De dragers werden verspreid in alle gebouwen waar het DAB-personeel werkzaam is. Ook de Vlaamse Openbare Instellingen kregen de dragers toegestuurd.

Brochure deeltijds werken

Cijfers tonen aan dat er binnen de Vlaamse overheid gretig gebruik gemaakt wordt van deeltijds werken. Op 31 december 2004 werkte bijna 13,6% van de personeelsleden deeltijds: 27% van de vrouwelijke personeelsleden en 3,9% van de mannelijke personeelsleden maken gebruik van de mogelijkheid tot deeltijds werk.

In 2004 werd een brochure over deeltijds werk verspreid bij alle lijnmanagers en personeelsverantwoordelijken van het ministerie en de VOL's. De brochure wil via concrete tips en aandachtspunten helpen bij de vlotte organisatie van deeltijds werk in afdelingen en diensten. Ook buiten de Vlaamse overheid was er vraag naar de brochure, zodat een tweede druk zich opdroeg.

De brochure geeft een aantal oplossingen om deeltijdse arbeid binnen de organisatie te bevorderen en bevat informatie over de voordelen van deeltijds werk voor de organisatie en de medewerker, wie er deeltijds werkt en waarom, de organisatorische knelpunten van deeltijds werken met hieraan gekoppeld een aantal suggesties voor leidinggeven.

6.2.2 Planning en Statistiek (APS)

Als beleidsondersteunende dienst heeft de administratie Planning en Statistiek de opdracht te fungeren als éénloketstatistiek voor de Vlaamse overheid. Ze verspreidt de officiële statistieken over Vlaanderen, de resultaten en effecten van het Vlaamse beleid.

In 2004 werden verder inspanningen gedaan om het aanbod enerzijds te verruimen en anderzijds ook klantvriendelijker te ontsluiten.

Website

De verdere ontwikkeling van de website (www.vlaanderen.be/aps) speelt daarbij een belangrijke rol. Een synoniemenlijst, gekoppeld aan de zoekfunctie, helpt de gezochte informatie sneller te vinden binnen de verschillende producten. Wie op de hoogte wil blijven van de toevoegingen op de

website en in het bijzonder een selectie wil van de dagelijkse stat-berichten, kan zich gratis abonneren op de nieuwsbrief aps-zine. Wekelijks worden 844 abonnees op deze manier geïnformeerd waarvan ongeveer de helft Vlaamse, federale en lokale ambtenaren. Het aantal bezoekers van de website gaat in stijgende lijn: in 2003 waren er gemiddeld 40.000 per maand. In 2004 was dit al gestegen tot gemiddeld 68.000 clicks per maand.

In 2004 werd de ontsluiting van interactieve databanken uitgebreid omdat uit onderzoek en uit het clickgedrag bleek dat de gebruikers vooral op zoek zijn naar atomaire data die ze achteraf zelf kunnen bewerken. Er is naast de Basiskaart (met geografische voorstelling) nu ook een ruim aanbod aan data die tot op gemeentelijk niveau kunnen worden opgevraagd in hoofdzaak over sociaal-maatschappelijke thema's. Deze vertrekken vanuit de APS-database maar ook vanuit de databanken van andere instellingen. Wie zelf zijn weg niet vindt of op zoek is naar specifieke statistieken of data, kan terecht bij de helpdesk. In 2004 beantwoordde APS 733 vragen waarvan 27% vanwege onderwijspersoneel en studenten, 21% vanuit de bedrijfswereld en 15% door particulieren.

VRIND

VRIND (Vlaamse Regionale INDicatoren) is en blijft een naslagwerk zowel voor beleidsmakers als voor maatschappelijk geëngageerde groepen. In 2004 lag de focus op toekomstverkenningen en op feiten, houdingen en gedragingen met betrekking tot vrije tijd en stress. In de toekomst zullen dwarsverbindingen gezocht worden doorheen de beleidsdomeinen en komen transversale thema's zoals platteland, gender en diversiteit, en Brussel aanbod.

APS-survey

Tweejaarlijks vindt er een studiedag plaats waarop de onderzoeksresultaten over de APS-survey aan een breder publiek worden gepresenteerd. Aan dit project verlenen alle Vlaamse universiteiten hun medewerking. Naar aanleiding van deze studiedag

wordt een congresboek 'Vlaanderen Gepeild' gepubliceerd met wetenschappelijke bijdragen over allerlei maatschappelijke thema's. In september 2005 vindt de vierde editie plaats.

Stativaria

Het voorbije werkjaar werd een viertal onderzoeken gepubliceerd in de reeks 'Stativaria'. Deze beleidsgerichte studies zijn gebaseerd op bestaande databanken. Steeds wordt het thema of concept inhoudelijk uitgediept en worden de bevindingen van het onderzoek in relatie gebracht met het huidige of het toekomstige overheidsbeleid. Volgende thema's kwamen in 2004 aanbod: vrijetijdsbesteding in Vlaanderen, woonkwaliteit en tevredenheid met woonomgeving, en in- en uitwijking in Vlaamse steden en gemeenten. Begin 2005 verscheen in dezelfde reeks een studie over Vlamingen met een handicap of langdurige gezondheidsproblemen.

NoT@s

In 2004 startte APS een nieuwe publicatiereeks die enkel via de website wordt verspreid, deels wegens besparingen, deels omdat het technische rapporten betreft die gericht zijn op een specifieke expertengroep. In het afgelopen werkingsjaar publiceerde de administratie 'NoT@s' over het socio-economische profiel van de landbouwer, de representativiteit van telefonische enquêtes, het operationaliseren van containerbegrippen in een survey, en het profiel van de provincie Limburg.

In de publicatie 'Eénmeting, Pact van Vilvoorde' wil men aantonen dat Vlaanderen op vele domeinen progressie maakt en tot de middenmoot en voor bepaalde indicatoren zelfs tot de topgroep behoort van Europese regio's. De indicatorenset werd opgesteld in overleg tussen de Vlaamse overheid en de sociale partners.

6.2.3 Budgettering, Accounting en Financieel Management

Folders, brochures en jaarverslagen

In april 2005 bood de administratie Budgettering, Accounting en Financieel Management (ABAFIM) het vierde volwaardige jaarverslag aan van het Financieringsfonds voor Schuldaufbouw en Eénmalige Investeringsuitgaven (FFEU). Het zoomt in op de verschillende projecten die door tal van administraties in de schoot van het FFEU werden en worden opgestart. De verspreiding van dit jaarverslag gebeurde niet alleen via de klassieke kanalen (openbare bibliotheken en gemeenten), ook de leden van het Vlaams Parlement kregen een exemplaar toebedeeld.

Al voor het zesde jaar op rij is het jaarverslag onroerende voorheffing als gezamenlijke uitgave van de administratie ABAFIM (Belastingdienst voor Vlaanderen) en CIPAL een synthese van alles wat zich het afgelopen werkingsjaar op het vlak van onroerende voorheffing heeft afgespeeld.

In mei 2005 verscheen de inmiddels 3e versie van de druk bevroegde brochure 'Successierechten ... minder betalen op een beetje meer'. De meest recente regelgeving inzake successierechten op Vlaams niveau werd erin verwerkt zodat de burger onmiddellijk zicht heeft op de geldende tarieven, de mogelijke verminderingen en vrijstellingen.

Mediacampagnes

Gedurende voornoemde periode werden vanuit de administratie of het bevoegde kabinet geen campagnes opgezet.

E-government

Sedert het voorjaar 2003 staan via de website www.onroerendevoorheffing.be een aantal web-services ter beschikking van de burger die sindsdien verder werden verfijnd en uitgebreid. Zo kan éénieder via de simulatiemodule nagaan hoeveel onroerende voorheffing hij verschuldigd zal zijn voor een woning of stuk grond, gelegen in een be-

paalde gemeente.

Via de applicatie 'indienen bezwaar' en 'opvolgen status bezwaar' kan wie niet akkoord is met zijn aanslagbiljet onroerende voorheffing, volledig elektronisch een bezwaarschrift indienen en achteraf de status van dit bezwaardossier online opvolgen.

Sedert het voorjaar 2005 kan de burger ook de status van zijn volledige belastingdossier onroerende voorheffing online opvragen. Gegevens m.b.t. het al of niet reeds verzonden zijn van het aanslagbiljet, de status van betaling, de eventuele invorderingsstappen, ... worden dan transparant voor de gebruiker. Om te vermijden dat onbevoegden zich tot deze toch wel vrij gevoelige informatie toegang zouden verschaffen, is bovendien vereist dat de gebruiker zich aanmeldt d.m.v. het zogenaamde *token*, een niveau van authenticatie dat trouwens ook gebruikt wordt voor de module Tax-on-Web.

Met het oog op een verder doorgedreven informatieontsluiting werd bovendien in de loop van juni 2005 de gloednieuwe Vlaamse belastingsite beschikbaar gesteld van het grote publiek. Deze website is bereikbaar via de Vlaamse portaalsite www.vlaanderen.be/belastingen.

6.2.4 Overige communicatie- en sensibiliseringsacties uit het departement

Vlaams Kenniscentrum Publiek-Private Samenwerking

De interesse voor publiek-private samenwerking is zowel op politiek als ambtelijk niveau heel hoog. Niettemin blijft de concretisering van PPS projecten een moeizaam en onzeker proces. Bij de aanstelling van de nieuwe Vlaamse Regering maakte het Kenniscentrum PPS een schriftelijke oplijsting van mogelijke PPS-opportunities per beleidsdomein aan de ministers over.

Hiernavolgend gaf de minister-president met zijn beleidsnota betreffende PPS een sterk signaal om PPS als middel bij projecten in acht te nemen. Aansluitend op deze beleidsnota vatte het kenniscentrum een studie aan om de bestaande regelgeving in het kader van PPS te analyseren, tekortkomingen of belemmeringen aan te duiden en eventueel op-

lossingen aan te reiken.

M.b.t. het belangrijke PPS-project in wording, namelijk de Oosterweelverbinding Antwerpen, werd in een hoorzitting aan de bevoegde parlementaire commissie toelichting verstrekt over het gehanteerde PPS-model. Het kenniscentrum verlengde haar succesvolle PPS-opleiding.

Met specifieke themadagen, al dan niet georganiseerd met andere socio-economische organisaties, werd PPS naar specifieke sectoren gebracht. Maandelijks verstuurt het kenniscentrum een nieuwsbrief met interessante PPS-weetjes naar personen die zich via de website inschrijven.

Kenniscel Anders Werken

Begin 2005 werd een informatiebrochure 'Beter / Anders Werken' afgewerkt en verzonden naar alle leidinggevers binnen de Vlaamse overheid. In de brochure wordt een toelichting gegeven van het veranderingsproces dat anders werken inhoudt. Naast de principes met invalshoeken als kantoorinnovatie en telewerk, werden de doelstellingen en visie op de nieuwe manier van werken toegelicht, net als de kritieke succesfactoren en de voorbereidende fasen bij de implementatie.

Gelijktijdig met de brochure werd een inventarislijst naar alle leidinggevers verstuurd. Op basis van deze lijst wordt een inventaris opgemaakt van het aantal telewerkers binnen de Vlaamse overheid.

De kenniscel participeerde aan verschillende seminars en studiedagen m.b.t. telewerk en kantoorinnovatie.

Zo werd o.a. de ervaringen m.b.t. het allereerste project op de 3e verdieping van het Boudewijngebouw als casestudie toegelicht:

- bij het directiecomité van FOD Binnenlandse Zaken;
- tijdens een workshop n.a.v. de studiedag 'Telework in Europe'; en
- via een opleidingsmodule voor telewerkers en hun leidinggevers.

Ook in 2004 en 2005 werden geïnteresseerden rondgeleid in het proefproject Anders Werken op de derde verdieping van het Boudewijngebouw.

Onder andere de federale collega's van de FOD Binnenlandse Zaken kwamen een kijkje nemen. De kenniscel was vertegenwoordigd in de jury ter beoordeling van de telewerkprojecten die meedongingen naar de E-award 2005.

De kenniscel Anders Werken ondersteunde en begeleidde het voorbije jaar verschillende diensten naar een nieuwe werkomgeving en een andere manier van werken. Deze begeleiding kadert in een groeitraject en verloopt doorgaans in verschillende fasen. Dit omdat de diensten vaak op korte termijn moeten verhuizen en het volledige veranderings-traject doorgaans niet helemaal kan worden afgerond voor de verhuis.

Vlaamse Bouwmeester

De eerste Vlaamse Bouwmeester b0b Van Reeth heeft zijn mandaat beëindigd op 28 april 2005. In het najaar 2004 werd de selectieprocedure voor de opvolger voorbereid en sinds 1 juni 2005 is de nieuwe Vlaamse Bouwmeester Marcel Smets agetreden.

Binnen de opdracht van de Vlaamse Bouwmeester en zijn team werd in het kader van de selectie van ontwerpers Open oproep 7, 8 en 9 (een open selectieprocedure voor de aanduiding van ontwerpers) uitgeschreven voor bouwprojecten van de Vlaamse overheid en voor gemeentelijke bouwprojecten. Tegelijk werd de selectieprocedure van de Open Oproep geëvalueerd en in een herwerkte versie aan de regering voorgelegd.

In het najaar 2004 werd de publicatie 'Een bouwmeester bouwt niet' voorgesteld. Deze publicatie heeft tot doel voor een breed publiek een beeld te schetsen van de taak van de Vlaamse Bouwmeester. Naar aanleiding van deze voorstelling werd in het Vlaams-Nederlands huis 'De Buren' een tentoonstelling over het bouwmeesterschap opgebouwd.

6.3 Departement Wetenschap, Innovatie en Media

6.3.1 Administratie Wetenschap en Innovatie

Wetenschapsinformatie

Een van de prioriteiten van de administratie Wetenschap en Innovatie is wetenschap en technologie dichterbij de mensen brengen. Om dit te realiseren stelt de administratie jaarlijks onder het moto 'Wetenschap maakt knap' het actieplan Wetenschapsinformatie en Innovatie op. Het omvat een waaier aan activiteiten, zowel voor de schoolgaande jeugd als voor het grote publiek. Alle acties kan men thematisch en volgens doelgroep terugvinden op de bijhorende website (awi.vlaanderen.be/knap).

Om een inzicht te krijgen in zowel de grote als kleine spelers op het gebied van wetenschapsinformatie werd de website www.wetenschapsinformatienetwerk.be (WIN) in het leven geroepen. Iedereen die beroepsmatig of als vrijwilliger bezig is met het populariseren van wetenschap, technologie en innovatie kan zich registreren op de site. Eenmaal geregistreerd, kan men nieuwsfeiten aanmaken, zijn projecten en activiteiten voorstellen en deelnemen aan discussiegroepen op het forum.

Andere realisaties die er dit werkjaar in het kader van het actieplan uitsprongen waren de compilatie-dvd van de tv-reeks Enter21 (de reeks is nog steeds te bekijken op awi.vlaanderen.be/enter21), de tweede reeks van Innoveer! op Kanaal Z en de originele wetenschapsbenadering die te zien was op de stand van de administratie tijdens het Wetenschapsfeest.

Zo was er de 'Wetenschapper op schoot'. Kinderkunsthuis Villanella trachtte professoren hun vak op een eenvoudige manier aan jongeren te laten uitleggen. Daarnaast was er een anatomisch theater waarbij organen als heuse personages tegen de jongeren spraken.

Websites

De administratie hield het afgelopen jaar ook twee nieuwe websites boven de doopvont. Er was naast de al eerder besproken WIN-site ook de lancering van de vernieuwde AWI-website. De statische inhoud werd vervangen door een dynamische aanpak waarbij een zelf ontwikkeld Content Management Systeem de informatie up-to-date houdt en verschillende auteurs zelf de inhoud kunnen aanbrengen.

De nieuwe site werd in het voorjaar 2005 gelanceerd, kon van bij de aanvang als eerste administratie pronken met het Blindsurflabel, en bleek aan een duidelijke nood te voldoen: het bezoekersaantal verviervoudigde in vergelijking met dezelfde periode vorig jaar.

Evenementen

In het najaar van 2004 startte de administratie onder de roepnaam 'AWI-workshops' met gerichte beleidscommunicatie naar het onderzoeksveld. Met de workshops hoopt de administratie de onderzoekswereld nauwer te betrekken bij haar beleidsvoorbereidende activiteiten en de workshops uit te bouwen tot een structurele communicatietool.

6.3.2 Media

Administratie Media

De administratie Media staat in voor de algemene beleidsvoorbereiding en wettelijke omkadering van 'klassieke' en 'nieuwe' media en het toezicht op de regelgeving binnen de Vlaamse Gemeenschap. De website www.vlaanderen.be/media biedt heel wat informatie omtrent het medialandschap, als ook over film en audiovisuele kunsten. Op de site kan de volledige Vlaamse regelgeving inzake media worden geconsulteerd, net als informatie over de toezichtorganen, met name de Geschillenraad en de Kijk- en Luisterraad. Alle adviezen en jaarverslagen van de Vlaamse Mediaraad zijn online downloadbaar. Ook wordt een overzicht gegeven van alle actoren binnen het medialandschap en worden in-

teressante links op nationaal en internationaal vlak aangeboden.

De afdeling Media en Film staat eveneens in voor subsidiëring van audiovisuele kunsten. Op 2 april 2004 werd het kunstendecreet afgekondigd. Om de organisaties binnen de sector wegwijs te maken, werd heel wat aandacht besteed aan informatie omtrent het kunstendecreet, via informatiesessies en gerichte mailings. Hiervoor werden i.s.m. de administratie Cultuur ook enkele advertenties geplaatst in de Vlaamse kranten.

Daarnaast werd de tax shelter ingevoerd, een fiscale maatregel die ertoe moet bijdragen het investeringsklimaat in de Belgische audiovisuele sector te verbeteren en te stimuleren. Over de praktische werking van deze regel, wordt informatie aangeboden via de site waar ook de nodige formulieren gedownload kunnen worden.

Sinds eind 2004 wordt werk gemaakt van webtoegankelijkheid voor mensen met een visuele handicap.

De cel Mediavergunningen van de afdeling Media-innovatie en Mediavergunningen verricht, in opdracht van het Vlaams Commissariaat voor de Media, het onderzoekswerk in het kader van het toezicht op de regelgeving en maakt de zendvergunningen op. Daarnaast zorgt de cel voor het voorbereidende werk in het kader van de erkenningen, dit zowel voor de erkenningen verleend door de Vlaamse Regering, als voor de erkenningen verleend door het Vlaams Commissariaat voor de Media. De cel levert vanuit de praktijkervaring ondersteuning bij de opmaak van de regelgeving en bij de beleidsondersteuning.

Begin 2004 werd het Coördinatiepunt Informatiemaatschappij in de steigers gezet. Concreet treedt de cel Media-innovatie op als coördinator voor Europese en internationale dossiers m.b.t. de informatiemaatschappij en media-innovatie om aldus vlot tot een Vlaams standpunt te komen.

Via de eFl@nders nieuwsbrief en de vernieuwde website wordt de Vlaamse burger bewust gemaakt van de inspanningen die de Vlaamse overheid levert om de elektronische dienstverlening voor de bevolking te verbeteren. De nieuwsbrief is terug te vinden op de website www.eflanders.be.

De afdeling Media-innovatie en Mediavergunningen vervult tevens een beleidsondersteunende rol m.b.t. de opmaak en uitvoering van het protocol tussen de Vlaamse Regering en de Vlaamse geschrevenperssector betreffende de vrijwaring van een pluriforme, onafhankelijke en performante Vlaamse opiniepers. De oproep en het formulier werden naar de betrokkenen gecommuniceerd en ook via de website beschikbaar gesteld.

In 2004 werd het 'Kranten in de Klas'-project voor de tweede maal gelanceerd. Een overeenkomst met de Vlaamse Dagbladpers bezegelde dit succesvolle project waarbij leerlingen uit het basisonderwijs een duwtje in de rug krijgen om kritische mediagebruikers te worden (www.krantenindeklas.be). De oproep voor deelname werd vanzelfsprekend ook via de kranten verspreid.

Vlaams Commissariaat voor de Media

Het Vlaams Commissariaat voor de Media is onder andere bevoegd voor het toezicht op de naleving van de mediaregelgeving. Het verleent erkenningen en zendvergunningen. 293 erkende lokale radio's en 5 regionale radio's kregen een zendvergunning. De beide landelijke radio's kregen eveneens een nieuwe zendvergunning. Op internet is het Commissariaat te vinden op www.vlaamscommissariaatmedia.be. Het Commissariaat zal worden omgevormd tot de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM), die verantwoordelijk wordt voor het gehele takenpakket van de bestaande controleorganen.

6.4 Departement Onderwijs

6.4.1 Organisatie van de communicatie

De belangrijkste communicatoren over onderwijs zijn de woordvoerder van de minister van Werk, Onderwijs en Vorming, de afdeling Informatie en Documentatie Onderwijs en de diensten van Klasse. Bijkomend namen de niveau-administraties (Basisonderwijs, Secundair Onderwijs, Hoger Onderwijs, Permanente Vorming) initiatieven gericht naar hun specifieke doelgroepen.

6.4.2 Beleidsinformatie

Belangrijke beleidsthema's voor de externe communicatie blijven gelijke onderwijskansen, levenslang leren, participatie, nieuwe media in het onderwijs en studietoelagen.



Het departement maakt heel wat publicaties. Deze publicaties verschijnen niet alleen op papier maar meestal ook elektronisch. Brochures en folders kunnen ook elektronisch besteld worden via de online catalogus. Publicaties staan steeds minder op zichzelf maar maken deel uit van een klantgerichte mix. In 2004 kwam er een volledig herwerkte 'Gids voor leerlingen in het secundair onderwijs' uit. In deze brochure vinden jongeren (en hun ouders) op een toegankelijke manier informatie over wat kan en niet kan op school.

Diverse thema's zoals leerplicht, schoolkeuze en inschrijven, schoolloopbaan, Buitengewoon Onderwijs, organisatie op school, leerlingenparticipatie, studiebewijzen, ... passeren de revue. Alle onderwerpen worden in vraag- en antwoordvorm behandeld. Achteraan vinden de leerlingen achtergrondinformatie over het onderwijs in Vlaanderen en een adressenlijst van organisaties die hen verder kunnen helpen. Alle secundaire scholen kregen de gids toegestuurd en konden exemplaren bestellen voor hun leerlingen. Speciaal voor deze editie werd een website 'Gids voor leerlingen' ontworpen. Op deze manier kunnen jongeren ook online alle beschikbare info over hun rechten en plichten op school opzoeken.

Net zoals voor de 'Gids voor leerlingen' maakte het departement Onderwijs in 2004 een nieuwe editie van de veel gevraagde brochure 'Leerrecht leerplicht' aan. Deze volledig herwerkte uitgave wil ouders een antwoord geven op enkele veelgestelde vragen i.v.m. de leerplicht van hun kind(eren). Omdat er over de leerplicht vaak vragen gesteld worden, werd ook voor dit onderwerp een aparte, gebruiksvriendelijke website aangemaakt. Ook de 'Gids voor ouders' werd op dezelfde manier (= brochure en website) heruitgegeven.



'Je verdiende loon' is een brochure die bestemd is voor laatstejaarsstudenten van de lerarenopleiding of cursisten van de GPB-opleiding. De brochure geeft tips aan de studenten/cursisten om doelge-



richt voor een onderwijsjob te solliciteren. Verder komen de documenten onder de aandacht die beginnende leraren bij hun schoolsecretariaat moeten indienen. Deze documenten tijdig verzamelen heeft als resultaat dat het eerste loon snel en correct kan worden uitbetaald, een argument dat studenten zeker zal overtuigen. Het initiatief om deze brochure te maken en te verspreiden kadert in de OnderwijsCAO VII. Daarin werd afgesproken dat het departement Onderwijs de laatstejaarsstudenten actief zou informeren over de vereiste documenten bij indiensttreding. Dit hoeft dan niet langer een hinderpaal te zijn voor de tijdige uitbetaling van het eerste loon door het departement Onderwijs. De brochure werd verspreid via de hogescholen, universiteiten en centra voor volwassenenonderwijs. In verschillende hogescholen en universiteiten gingen medewerkers van het departement langs om deze problematiek verder toe te lichten en de brochure actief te promoten.



Om zowel de schriftelijke cursussen als het online-aanbod van BIS (Begeleid Individueel Studeren) in de kijker te plaatsen, werd in oktober 2004 een mediacampagne gelanceerd. Radio en internet werden als medium hiervoor ingeschakeld. Voor de campagne in het voorjaar van 2005 werd naast magazines, kranten en internet gekozen voor een publireportage op de regionale zenders. Zo konden de regio's waar BIS relatief veel cursisten heeft, verder geëxploreerd worden en kregen de regio's waar de cursistenaantallen achterblijven extra aandacht. Tijdens de campagnes verdubbelde het aantal in-

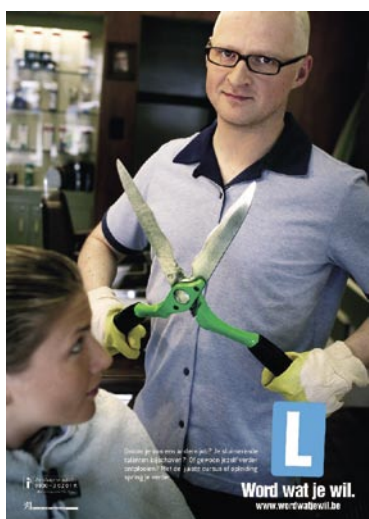


schrijvingen en verdrievoudigde het bezoek aan de website.

DIVA (Dienst Informatie Vorming en Afstemming) lanceerde in augustus 2004 de L-campagne 'Word wat je wil'. De doelstelling van de L-campagne is om een positief leerklimaat te creëren en om alle 18-plussers te overtuigen van het belang van levenslang en levensbreed leren. De campagne wil mensen die al leren, erkennen en waardering tonen en degenen die nog niet leren, ertoe aanzetten de stap te zetten. Door de 'L' te promoten als hét symbool voor levenslang leren, wordt leren zichtbaar gemaakt in een positieve context. Niet alleen ziet iedereen hoe ruim het aanbod voor volwassenen is, het wordt eveneens letterlijk zichtbaar waar er overal een aanbod te vinden is.

Om alle 18-plussers optimaal te bereiken, werd de campagne ontwikkeld vanuit het standpunt van de (potentiële) gebruiker en werd gekozen voor een mix van interpersoonlijke communicatie, groepscommunicatie en communicatie via massamedia. De grote doelgroep 'alle volwassen Vlamingen' werd opgesplitst in drie groepen, namelijk geïnteresseerden, latent geïnteresseerden en (nog) niet geïnteresseerden. Geïnteresseerden zijn mensen die zelf op zoek gaan naar informatie. De hoofddoelstelling voor deze doelgroep is om hen zo snel en efficiënt mogelijk voldoende informatie te verstrekken. Latent geïnteresseerde mensen gaan over tot actie wanneer ze een duwtje in de rug krijgen. Zij staan open voor een boodschap over levenslang leren, maar hebben uit zichzelf nog niet de stap naar een

opleiding gezet. Zij zijn gebaat bij gerichte promotie. Ook activiteiten van de opleidingsverstrekkers zelf spelen hier een grote rol. Mensen die aanvankelijk niet geïnteresseerd zijn in een boodschap rond levenslang leren, worden niet of nauwelijks bereikt via de massamedia. Ze hebben geen vraag naar vorming, en dus ook geen behoefte aan een aanbod. Er wordt gezocht naar invalshoeken om niet-geïnteresseerden te laten ervaren dat vorming een antwoord kan zijn op bepaalde behoeftes, hiervoor werd een speciale methodiek in de vorm van een spel ontwikkeld en toegepast met behulp van intermediären en toeleiders.



In oktober 2004, bij de opmaak van de begroting voor 2005, werd beslist om de vervangingspool te hervormen. Na overleg met de inrichtende machten en vakbonden werd uiteindelijk beslist om de vervangingspool helemaal af te schaffen. Om vraag en aanbod in het onderwijs ook in de toekomst vlot

samen te brengen, heeft de VDAB in samenwerking met het departement Onderwijs de leerkrachten-databank uitgewerkt. Zowel scholen als (toekomstige) leerkrachten met interesse voor een job in het basis- of het secundair onderwijs kunnen vanaf juni 2005 gebruik maken van deze databank. Tijdelijke leerkrachten, afgestudeerden van de lerarenopleiding of andere kandidaten kunnen er hun CV via internet bekendmaken. De scholen kunnen in de databank zoeken op basis van regio en ambt/vak.

6.4.3 Onderwijs en internet

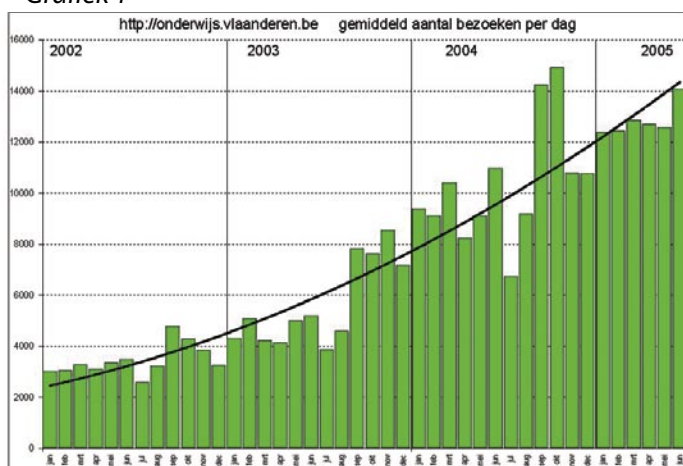
Succesverhaal www.onderwijs.vlaanderen.be

De site www.onderwijs.vlaanderen.be werd in de periode van juli 2004 tot juni 2005 dagelijks gemiddeld 11.966 keer bezocht. Dat is een stijging van 6.342 bezoekers of ruimschoots 112% tegenover de 5.624 dagelijkse bezoekers in 2003. Deze fikse stijging ten opzichte van 2003 – en voorgaande jaren, zoals uit grafiek 1 blijkt – is verspreid over de verschillende pagina's en applicaties. Ze is wellicht te verklaren door onder meer:

- de toename van het internetgebruik in het algemeen, en in de onderwijssector;
- de introductie en het succes van een aantal elektronische services op maat van de doelgroepen, zoals de e-attendering van Edulex en de nieuwsbrieven Schooldirect en Lerarendirect, die hun abonnees frequent attenderen op de informatie en diensten op de onderwijsite;
- het feit dat het departement continu blijft werken aan het gebruiksvriendelijker maken van de site en bij de ontsluiting van informatie niet aanbod- maar vraaggestuurd werkt.

In mei 2005 werd alvast een nieuwe, krachtige server geïnstalleerd om dit continu groeiend aantal bezoekers enerzijds, en anderzijds de toenemende 'content' op www.onderwijs.vlaanderen.be op te vangen. Op een bepaald moment in de nabije toekomst is wel saturatie te verwachten en deze gevoelige stijging van het aantal bezoekers kan dus niet blijven duren.

Grafiek 1



Evolutie aantal bezoekers per maand: januari 2002
> juni 2005 www.onderwijs.vlaanderen.be

De site bestaat uit een 60-tal groepen¹, samen goed voor een twintigtal applicaties (databanken en formulieren) en zowat 17.000 pagina's vol informatie voor de diverse onderwijsbetrokkenen en voor 'de burger'.

Tabel 1. Top 10 Onderwijs.vlaanderen.be: gemiddeld aantal bezoekers/dag - juli 2004 > juni 2005²

Concrete informatie en diensten, ter ondersteuning van het dagelijks werk in de scholen of van het leren beroep, en voor (ouders van) lerenden op alle niveaus, horen om evidente redenen bij de toppers, naast veelgestelde vragen, nieuws en de zoekfunctie. De site 'Basisonderwijs' (site van de administratie Basisonderwijs) viel met 588 bezoekers net buiten

Tabel 1

Groep	Inhoud	Bezoekers per dag
1 EDULEX	Databank onderwijswetgeving en -omzendbrieven	2.427
2 ONDERWIJSAANBOD	Adressen en aanbod van scholen, universiteiten, centra voor volwassenenonderwijs, ...	1.742
3 SECUNDAIR ONDERWIJS	Site van de administratie Secundair Onderwijs	1.366
4 HOGER ONDERWIJS	Site van de administratie Hoger Onderwijs en Wetenschappelijk Onderzoek	1.175
5 VLAAMSE INFOLIJN – ONDERWIJS	Site van de Infolijn, met rubriek 'veelgestelde vragen' en vragenformulier	1.137
6 SCHOOLDIRECT	Site van de elektronische nieuwsbrief voor schooldirecties	1.000
7 WEDDENSCHALEN ONDERWIJSPERSONEEL	Informatie over de verloning van het onderwijspersoneel	1.005
8 NIEUWS	Nieuws- en persberichten van het departement	868
9 ZOEKEN – HOMEPAGINA	Zoekfunctie op basis van keywords, toegekend aan de hyperlinks op de homepage	755
10 EINDTERMEN	Site van de Dienst voor Onderwijsontwikkeling	595

1) Een groep is een web, of meerdere bij elkaar horende webs.

2) Toelichting bij grafiek en tabel: het aantal bezoekers of 'visitors' wordt als relevante eenheid gebruikt. Niet bijvoorbeeld het aantal 'hits' of 'page views' die in andere rapporten wel eens als eenheid gelden.

Het verschil tussen hits, page views, visits en visitors:

- hits: aantal keer dat een object van de server wordt aangesproken: een bestand, een tekening, een icoon, een foto, ...
- page views: aantal keer dat een pagina wordt bekeken. De meeste page views omvatten meerdere hits. Zo resulteert het bekijken van één pagina met 2 foto's samen in 3 hits
- visits = bezoeken = aantal keer dat de website bezocht wordt. Een visit omvat meestal meerdere pageviews
- visitors = bezoekers = aantal bezoekers van de website. Een bezoeker kan één of meerdere bezoeken brengen per dag

de top 10. Ook de site 'Beleid' met minder concrete, dan wel algemene beleidsinformatie – nota's, beleidsbrieven en toespraken van de minister – is vast gebeiteld in de maandelijkse top 20.

Nieuwe sites met praktische informatie scoren goed en halen nog net niet de top 10, zoals de site 'Formulieren' die toegang biedt tot bijna alle documenten en formulieren die het onderwijsveld nodig heeft, en de site 'Wetwijs': de webgids voor de schooladministratie. 'Wetwijs' brengt in drie formats online overheidsinformatie binnen klikbereik. Themafiches linken door naar de reglementering, formulieren, modellen, de bijbehorende adressen en extra informatie (zoals downloadbare publicaties, veel gestelde vragen). Maandtabellen helpen de scholen bij het halen van de administratieve deadlines door dag na dag de taken chronologisch op te lijsten en ze te linken aan de relevante themafiches. Een alfabetische lijst met afkortingen brengt soelaas voor wie in het afkortingenbos de bomen niet meer ziet. Gebruikers - veelal directies en schoolsecretariaatsmedewerkers - waarderen vooral dat de zoektijd gevoelig verminderd werd doordat de overheidsinformatie, waar op het net die ook te vinden is, op één website op één scherm gepresenteerd wordt.

Ook het vijftigtal overige webs/groepen trekt best veel - en een groeiend aantal - bezoekers aan. Er is geen enkele site op de onderwijsserver die minder dan tien bezoeken per kalenderdag telt.

Continue verbetering

Om nog beter in te spelen op de behoeften van de gebruiker houdt het departement de vinger aan de pols. Zo werd een en ander in het najaar 2004 geanalyseerd naar aanleiding van 1 jaar 'Gids voor leraren' online (www.ond.vlaanderen.be/gidsvoorleraren).

Volgende items werden onderzocht:

- het gemiddelde aantal bezoekers op de website, het tijdstip en de duur van het bezoek;
- een overzicht van de onderwerpen waarvoor de bezoeker het meest interesse heeft;
- het aantal vragen dat via de website gesteld wordt

en de meest voorkomende onderwerpen van vragen;

- een overzicht van wie (= welke afdeling) de vragen beantwoordt en de gemiddelde antwoordtijd;
- vaststellingen i.v.m. het beantwoorden van deze vragen en suggesties tot verbetering;
- prioriteiten bij de inhoudelijke uitbreiding van de Gids voor leraren.

Deze analyse resulteerde in de vaststelling dat de Gids voor Leraren (GVL) een website is die goed en volledig bezocht wordt. Gemiddeld duurt een bezoek 10 minuten, vooral tijdens de werkweek. Er is in de eerste plaats interesse voor onderwerpen als minder gaan werken (o.a. loopbaanonderbreking), onderwijsloopbaan (o.a. aanstelling en benoeming, anciënniteit), (rechtstreeks) solliciteren en wedde (vakantiegeld, eindejaarstoelage, ...).

De vragen die gesteld worden via de GVL hebben vooral betrekking op het basis- en secundair onderwijs. Eén derde van de vragen beantwoordt de Vlaamse Infolijn – Onderwijs en twee derden wordt doorgestuurd naar de afdelingen. De gemiddelde antwoordtijd bedraagt 5 dagen.

Verder bleek dat de inhoud van de GVL nog beter bekend kan worden bij de afdelingen die vragen moeten beantwoorden. De sitemap en de zoekfunctie van de GVL kunnen hierbij handig helpen.

Naast een aantal interne afspraken over het efficiënter beantwoorden van vragen en de mogelijkheden om de informatie op de website nog sneller te kunnen updaten, werd een lijst opgesteld van onderwerpen die als eerste in aanmerking komen om toe te voegen aan de website. Prioriteit gaat naar zwangerschapsverlof, ouderschapsverlof, ziekteverlof en pensioen.

Ook de zoekrubriek op de startpagina van de GVL wordt duidelijker gepromoot, zodat de bezoeker gestimuleerd wordt om eerst nog eens zélf te zoeken naar een antwoord vooraleer een effectieve vraag te versturen.

Toegankelijkheid

De Vlaamse Regering besliste op 11 juni 2004 dat de websites en -toepassingen van de Vlaamse overheid tegen uiterlijk einde 2007 toegankelijk moeten zijn voor personen met een handicap. Het project Toegankelijk Web dat naar aanleiding van deze beslissing werd opgestart, legde zestien 'Blindsurfer'-criteria vast waar alle sites moeten aan voldoen tegen de vooropgestelde termijn.

De afdeling Informatie en Documentatie (AID) ontwikkelde enkele bouwstenen - sjablonen, stylesheets en een stijlgids - om de redacties van alle subwebs van www.onderwijs.vlaanderen.be te kunnen ondersteunen om aan de criteria te voldoen. Bovendien beantwoorden deze bouwstenen aan de huisstijl van de portal www.vlaanderen.be.

Informatie- en dienstenleverancier voor meer dan één site

Het departement Onderwijs levert ook de inhoud en/of navigatie-elementen voor andere sites dan die van www.onderwijs.vlaanderen.be. Zo wordt de 'content' van Klasse, of het nieuwe 'Word wat je wil' bij een externe host gepubliceerd, maar entiteiten binnen het departement Onderwijs zijn (mede-) informatieleveranciers. Via interbibliothecaire samenwerking is de online databank onderwijsliteratuur van AID in de loop van 2004 overgeheveld van de onderwijsserver naar de interdepartementale site BIBIS op de portal www.vlaanderen.be. AID leverde op vraag van het Contactpunt Vlaanderen ook input over het domein onderwijs en vorming voor deze vernieuwde portaal-site, en op vraag van Fedict - Federale Overheidsdienst ICT voor de rubriek 'Leren' op de portal www.belgium.be.

6.4.4 Vlaamse Infolijn-Onderwijs

Na verschillende malen uitgesteld geweest te zijn ging op 22 oktober 2004 het nieuwe informatiesysteem van de Vlaamse Infolijn 'Siebel 7' van start. In dit nieuwe systeem wordt de informatie ingebracht via een Content Management Systeem (CMS). De overdracht van de informatie uit het vorige informa-

tiesysteem naar het nieuwe kon niet automatisch gebeuren. Dat betekende dus dat het backoffice Onderwijs tijdens de zomermaanden en het najaar heel wat energie heeft geïnvesteerd om al de informatie over onderwijs opnieuw - manueel - in te brengen in het nieuwe systeem. In de nasleep hiervan werd alle informatie over onderwijs opnieuw onder de loep genomen en geactualiseerd, een proces waar nog altijd aan verder wordt gewerkt. Meer zichtbaar is de nieuwe, verbeterde versie van de portal www.vlaanderen.be, die op 17 januari 2005 online ging. De invoer voor de portal gebeurt eveneens via het nieuwe Content Management Systeem van de Infolijn. Het backoffice van de Vlaamse Infolijn - Onderwijs levert de informatie aan en voert ze in voor het gedeelte 'onderwijs en vorming'. Dat gebeurt in nauwe samenwerking met het Contactpunt Vlaamse Infolijn.

Kwaliteitsvolle informatie verstrekken betekent niet alleen het aanleveren van goede informatie, maar ook dat de voorlichters van het frontoffice op de hoogte moeten zijn. Daarom was ook in het afgelopen jaar de opleiding van de voorlichters een belangrijk aandachtspunt.

Naar goede gewoonte inmiddels, steeg ook in 2004 het aantal mails, tot 7.435 (tegenover 6.832 in 2003, 5.788 in 2002 en 4.877 in 2001). Het ziet ernaar uit dat de situatie zich stabiliseert in 2005: eind mei 2005 bedroeg het aantal vragen per mail 3.013, terwijl dit eind mei 2004 2.983 bedroeg en eind mei 2003 nog 2.533.

Om in de toekomst een nog betere dienstverlening te kunnen waarborgen, is op 27 juni de eerste opvang van de mail overgedragen naar het frontoffice van de Vlaamse Infolijn. Op deze wijze kan het backoffice van de Vlaamse Infolijn - Onderwijs zich concentreren op haar kerntaken: het inbrengen van kwaliteitsvolle informatie in het informatiesysteem en het terugkoppelen ervan naar de afdelingen van het departement Onderwijs, de opleiding van de voorlichters en het beantwoorden van de moeilijke vragen per telefoon en per e-mail.

6.4.5 Face-to-face communicatie

Face-to-face communicatie is een van de meeste effectieve vormen van communicatie. De laatste jaren organiseert het departement Onderwijs daarom steeds meer informatie-evenementen waarbij zij zelf naar haar doelgroepen gaat (meestal vinden de evenementen plaats in de 5 provincies), waar directe interactie met de doelgroep mogelijk is. Zo ging de administratie Basisonderwijs in juni 2005 op 'Ronde van Vlaanderen' om toelichting te geven bij de nieuwe regelgeving voor het schooljaar 2005-2006. Naast plenaire toelichtingen konden de deelnemers met hun specifieke vragen ook individueel terecht bij medewerkers van de administratie Basisonderwijs. De afdeling Deeltijds Kunstonderwijs organiseerde verschillende infodagen voor de directies en schoolsecretariaten van de academies o.a. over tijdelijke projecten kunstinitiatie. Verder waren er heel wat overlegvergaderingen en andere contacten met de onderwijskoepels en de directeurs- en leraarsverenigingen van het deeltijds kunstonderwijs.

De administratie Hoger Onderwijs hield in mei 2005 een infosessie voor hogeschooladministraties over de databank tertiair onderwijs.

CANON, de cultuurcel van het departement Onderwijs, ondersteunt scholen in hun projectwerking en biedt hen informatie aan over het werken rond kunst en cultuur in onderwijs. Een van de manieren om leerkrachten blijvend te informeren en na te vormen, zijn studiedagen. Canon organiseerde verschillende studiedagen rond thema's zoals architectuureducatie, jongerencultuur, poëzie in het onderwijs en media-educatie.

Het departement Onderwijs kan enkel goed werk leveren als ook de scholen hun (administratief) werk goed doen. De onderwijsregelgeving is heel uitgebreid en wijzigt geregeld. Zeker voor nieuwe directies of schoolsecretariaten is het niet evident om te weten hoe de regelgeving praktisch wordt toegepast. Daarom blijft het departement geregeld opleidingen voor schoolsecretariaten (zowel voor nieuwe medewerkers als voor hen die al langer de job doen) organiseren. Zo gaf de administratie Hoger Onderwijs in mei 2005 opleiding over de uit-

stapregeling in het hoger onderwijs aan de personeelssecretariaten van de hogescholen.

Zowel de administraties Basis- als Secundair Onderwijs ontvangen geregeld delegaties directies in opleiding en administratieve medewerkers van het Gemeenschapsonderwijs. Tijdens deze bezoeken ligt het accent op de kennismaking met de respectieve administratie. Ook de afdeling Deeltijds Kunstonderwijs ontving cursisten-secretariaatsmedewerker en kandidaat-directeurs van de verschillende academies. Deze ontvangsten kaderden in de door de koepels georganiseerde opleidingen voor deze functies.

Het departement moedigt haar medewerkers aan (en zeker zij die personeels- of schooldossiers behandelen) om scholen te bezoeken. Individuele directies of schoolbesturen die met probleemdossiers zitten, zijn ook welkom in Brussel om dit te bespreken.

6.4.6 Klasse



Klasse communiceert met doelgroepen in drie 'werelden': 'leerkrachten/directies', 'leerlingen' en 'ouders en de samenleving'. Die communicatie gebeurt voor elke 'wereld' in drie lijnen: online, offline en via acties. Daardoor is zeer gerichte, gedifferentieerde en complementaire communicatie mogelijk.

Klasse is een veelluik: vier tijdschriften (met bijhorende websites), een actieve component met de

Lerarenkaart (met bijhorende website) en de Leerlingenkaart (met bijhorende website sinds 1 september 2004), verscheidene elektronische nieuwsbrieven en extra bijlagen voor leerkrachten (gedrukt en/of virtueel) met tips voor de klaspraktijk.

De autonome redactie slaagt er op die manier in om de verschillende doelgroepen te informeren, hun betrokkenheid te vergroten en de dialoog over en in het onderwijs aan te zwengelen. Uiteindelijk moet dit leiden tot meer en betere participatie, een hoger welbevinden, actief burgerschap en een betere preventie van probleemgedrag. Aangezien de publicaties bijna honderd procent bereik hebben, zijn ze het medium bij uitstek om op een gerichte manier de specifieke onderwijsdoelgroepen te bereiken.

Een belangrijke nieuwigheid is de overeenkomst met Mediargus. Sinds mei 2005 zijn de tijdschriften Klasse voor Leerkrachten en Klasse voor Ouders immers ook beschikbaar voor alle abonnees van de Mediargus-nieuwsdienst. Bij de start werd zelfs het archief van Klasse (ongeveer 10.000 artikels die teruggaan tot 1990) in de Mediargus-database opgenomen. Maandelijks wordt dit bestand aangevuld met de nieuwe artikels. Alle abonnees van Mediargus kunnen voortaan beide Klasse-publicaties samen met de andere aangeboden media of apart doorzoeken.

e-communicatie

De totale oplage van de verschillende publicaties bedraagt 1,2 miljoen exemplaren per maand. De centrale website van het communicatieproject Klasse (www.klasse.be) krijgt zo'n 275.000 bezoekers per maand. Alle websites samen krijgen nu ongeveer 500.000 bezoekers per maand. Dat is een verdubbeling tegenover het jaar voordien.

Klasse (voor Leerkrachten) wordt elke maand verspreid naar al wie onderwijs verstrekt in Vlaanderen: leerkrachten, directies, CLB-medewerkers en administratief personeel. Sinds eind 1998 wordt het blad ook verspreid naar studenten in de lerarenopleiding

en de aggregaatstudenten. De oplage is 196.000 exemplaren. Dat zijn er 10.000 minder dan vorig jaar, het resultaat van een ernstige besparingsoefening, met vooral een rationalisering van het adresbeheer én het niet langer gratis versturen van Klasse naar leerkrachten-TBS.

Klasse voor Ouders, een maandelijks nieuwsbrief, wordt bezorgd aan de ouders van kleuters tot en met leerlingen eerste graad secundair onderwijs. De verdeling gebeurt via de scholen, die zich voor het project inschrijven. De oplage bedraagt 685.000 exemplaren. Bij Klasse voor Ouders verschijnt een instapbrief in zes verschillende talen: Nederlands, Frans, Engels, Turks, Arabisch en Russisch. Sinds het schooljaar 2004-2005 is de instapbrief in het Duits wegens gebrek aan belangstelling vervangen door een instapbrief in het Russisch, waarvoor wel ruime vraag bestond. In de instapbrief krijgen ouders tips in hun eigen taal over de inhoud van Klasse voor Ouders. Scholen die dat wensen, kunnen de brieven downloaden, wat ook door bijna 500 scholen effectief werd gedaan tijdens het schooljaar 2004-2005 (een 50-tal scholen meer dan het vorige schooljaar).

Maks! is een jongerenblad voor leerlingen van de tweede en derde graad secundair onderwijs en wordt via de scholen gratis verspreid naar alle leerlingen, die zich voor het project inschrijven. De oplage bedraagt 199.000 exemplaren. Daarnaast levert de redactie van Maks! de informatieve component van de gezamenlijke website van de leerlingenkaart en Maks! Leerkrachten kunnen zich abonneren op de maandelijks elektronische nieuwsbrief Maksimum. Daarin vinden ze achtergrondinformatie, verwerkingstips en links naar de vakoverschrijdende eindtermen. De nieuwsbrief telt momenteel ruim 1.800 abonnees.

Yeti ten slotte is een tienermagazine voor leerlingen van de derde graad lager onderwijs en wordt eveneens gratis verspreid op een oplage van 143.000 exemplaren. Leerkrachten krijgen daarbij telkens 'Het geheim van Yeti', een speciale bijlage met verwerkingstips (maandelijks oplage bedraagt 14.500 exemplaren)

Lerarenkaart

De Lerarenkaart werd in januari 2003 gelanceerd met de verspreiding van ruim 173.000 kaarten naar de Vlaamse leerkrachten, directies, enz. De kaart geeft hen gratis toegang tot (of aanzienlijke reducties bij) zowat alle Vlaamse musea en natuurcentra. Voorts is er een sterk educatief aanbod van tijdelijke initiatieven, theaters, boekhandels, computerzaken, krantenuitgevers, e.d.m. Bij de tweede editie (januari 2004) werden 181.000 kaarten verspreid. In januari 2005 werden ruim 170.000 lerarenkaarten verspreid. Ook deze daling is te wijten aan de besparingsoperatie (waarbij o.a. leerkrachten-TBS niet langer een lerarenkaart krijgen). De lerarenkaart blijft een unicum: in geen enkel ander land krijgen leerkrachten een officiële legitimatiekaart.

Het aanbod is opnieuw nagenoeg verdubbeld (van 400 aanbiedingen in 2003 naar 800 in 2004 naar bijna 1.500 in 2005). De 'catalogus' (de jaarlijkse begeleidende brochure) wordt hierdoor steeds dikker (van 24 pagina's in 2003 naar 48 in 2004 en 64 in 2005). In 2005 werd het aanbod ook opengetrokken naar het buitenland, met een steeds groeiende inbreng uit (vooral) Nederland, Frankrijk en Duitsland. Naast het permanente aanbod, werkt de lerarenkaart ook mee aan een zeer ruim aanbod van tijdelijke activiteiten, opendeurdagen, lerarendagen, enz. Jaarlijks wonen meer dan 25.000 leerkrachten, soms met het hele gezin, avant-premières, opendeurdagen en prospectiedagen bij.

De website (www.lerarenkaart.be) krijgt maandelijks meer dan 65.000 bezoekers. De redactie krijgt maandelijks meer dan 10.000 mails te verwerken, waarvan het merendeel automatisch kan worden afgehandeld. De structuur van de website (waarbij leerkrachten hun vakken en/of interesseveld aanduiden) laat toe om geregeld gerichte elektronische nieuwsbrieven rond te sturen met het actuele aanbod. Die bestaan in 16 verschillende versies, op maat van de ontvanger.

Leerlingenkaart

In 1 september 2004 ging de leerlingenkaart officieel van start. Ruim 360.000 kaarten werden ver-

spreid op vraag van 640 secundaire scholen. De kaart is gratis en geeft de kaarthouder korting bij heel wat musea, winkels, bioscopen en evenementen. De redactie van Klasse zorgt ook voor talloze acties en voordelen die aansluiten bij de vakoverschrijdende eindtermen burgerzin, gezondheid, milieu, sociale vaardigheden, cultuur, sport, technologie, jeugdwerk, vrijwilligerswerk, internationale samenwerking, enz. Onderwijs legt op deze manier een duidelijke link met de brede samenleving en de wereld van jongeren in hun vrije tijd.

Bovendien is de leerlingenkaart ook een CJP-kaart (zelfs internationaal) en een Swap-pas (in de eigen stad of gemeente). Dankzij deze uniforme aanpak gaan er elke maand méér deuren open voor jongeren. Met de leerlingenkaart is het aanbod volledig gratis.

Het project leerlingenkaart wordt ondersteund door een website (in nauwe samenwerking met Maks!), een brochure (elke jongere krijgt jaarlijks een begeleidende brochure bij de nieuwe kaart), affiches en flyers voor promotie op school, maandelijks bijdragen in de tijdschriften Maks! en Klasse voor Leerkrachten.

Door de samenhang en de synergie met het leerlingenblad Maks! wordt het effect versterkt. Meer dan 10.000 jongeren hebben zich al geregistreerd op de site. Op één jaar tijd postten de leerlingen bijna 100.000 berichten op de verschillende fora. De website krijgt maandelijks meer dan 75.000 bezoekers.

Klasse op het net

Klasse biedt een volwaardig communicatieluik aan via het internet. De gebruikers krijgen er veel meer dan alleen het archief van 'de papieren dragers'. 50 procent van de bezoekers komt er voor het archief, de anderen gebruiken de overige interactieve mogelijkheden. De Klasse-website bereikt maandelijks bijna 300.000 unieke bezoekers. De K-test blijft daarbij populair (met maandelijks bijna 2.000 deelnemers). Het betreft een online test op verschillende niveaus, voor de verschillende doelgroepen op het vlak van tien verschillende domeinen die aansluiten bij de vakoverschrijdende eindtermen. Wie de test invult, krijgt daarmee meteen een stappenplan

(voor zichzelf en voor de school).

De Eerste Lijn

Voor de eerstelijns hulp voor leerkrachten en ouders op het vlak van pesten, zelfmoord, faalangst, spijbelen, leerproblemen, e.d. is het project 'De Eerste Lijn' een topper geworden. 'De Eerste Lijn' werd de voorbije jaren in afleveringen bezorgd aan 200.000 leerkrachten, 700.000 ouders en 20.000 studenten in de lerarenopleiding. De aan elke doelgroep aangepaste stappenplannen zijn herwerkt en verschenen gebundeld, met een aparte editie voor ouders en voor leerkrachten (bij beide edities kan men een dvd kopen met televisiereportages). Deze bundels werden aan zeer democratische prijzen te koop aangeboden.

Vanaf september 2005 start Klasse met een nieuwe generatie van 'De Eerste Lijn'. Daarvoor wordt samengewerkt met een breed netwerk van specialisten en organisaties.

Evenementen

Jaarlijks organiseren de vier tijdschriften tientallen acties voor leerkrachten, leerlingen en ouders: educatieve projecten voor alle onderwijsniveaus en -vormen (musea, kunsthuisen, theaters en bioscopen, toeristische diensten, educatieve centra rond milieu, vredeseducatie, sportverenigingen, wetenschapsvoorlichting, overheidsinstellingen, beurzen, Stad met Klasse, grote evenementen, cultuurdagen). De doelstellingen zijn professionalisering van de leerkrachten, ondersteuning en stimulering van ouders en leerlingen, waardering, drempelverlaging en het creëren van een wij-gevoel tussen alle onderwijsbetrokkenen. Voor al deze activiteiten werkt Klasse samen met honderden organisaties, diensten en afdelingen. Er nemen elk jaar tienduizenden mensen aan deel. Dit moet uiteindelijk leiden tot een 'actiever' onderwijs voor alle betrokkenen.

Schooldirect

Sinds 1 april 2004 werden ook de diensten van de wekelijkse elektronische nieuwsbrieven voor direc-

ties (Schooldirect) en leerkrachten (Lerarendirect) ondergebracht in het Nieuwsteam van Klasse.

Schooldirect startte in 2001. Deze elektronische nieuwsbrief en website voor directies groeide snel uit tot een onmisbaar beleidsinstrument voor directies. Schooldirect rapporteert over onderwijsactualiteit, wetgeving, beleidsintenties, nieuwe omzendbrieven, onderzoeksresultaten, studiedagen, ... Directeurs debatteren op het forum of raadplegen de vormingskalender. 5.586 directeurs van alle onderwijsniveaus (behalve hoger onderwijs) ontvangen de nieuwsbrief wekelijks in een persoonlijke elektronische postbus. Eind 2003 werden de kunst- en muziekacademies toegevoegd. Laatste nieuwkomers in april 2004 zijn de directeurs van de centra voor volwassenenonderwijs, basiseducatie en leerlingenbegeleiding.

Ook het grote publiek kan zich gratis abonneren op Schooldirect. De verzendlijst groeit nog steeds aan, van ongeveer 2.250 abonnees eind 2002 over 3.700 abonnees eind 2003 tot ruim 4.000 eind 2004. In juni 2005 telt de lijst 5.280 abonnees, een sterke toename dus tijdens de eerste zes maanden van 2005. Het aantal blijft trouwens stijgen. Uit een enquête bleek dat directeurs de nieuwsbrief door gemiddeld 4 personen laten meelezen. Dit brengt het totale aantal Schooldirect-lezers op bijna 30.000. De website van Schooldirect (www.schooldirect.be) krijgt maandelijks meer dan 20.000 bezoekers.

3 op 4 directeurs zeggen in een gebruikersonderzoek van de Hogeschool Gent (2004) dat de nieuwsbrief een belangrijk instrument is in de uitoefening van hun functie. 85% leest de nieuwsbrief altijd of vaak, slechts 4% leest hem nooit. Toppers zijn berichten over nieuwe beleidsmaatregelen en regelgeving (rond 93% waardering). 90% van de verzendlijstabonnees is tevreden over het product. 83,5% leest de nieuwsbrief elke week en 12,4% vaak.

Lerarendirect

Lerarendirect ging van start op 22 oktober 2003. Doelpubliek zijn leraren van het basis-, secundair en hoger onderwijs, permanente vorming (basiseducatie, volwassen- en deeltijds kunstonderwijs) en de medewerkers van de centra voor leerlingen-

begeleiding. Andere geïnteresseerden kunnen zich ook abonneren. Via dit kanaal bezorgt de overheid hen rechtstreeks en systematisch overzichtelijke en praktische informatie. Lerarendirect attendeert leraren kort en bondig op onderwerpen en thema's die hen direct aanbelangen: beleidsnieuws, omzendbrieven, discussienota's, loopbaaninformatie, antwoorden op veel gestelde vragen en nascholing. Lerarendirect startte met 2.666 abonnees. Eind april 2004 waren er dat ongeveer 12.000. Na de overleving naar Klasse kregen de nieuwsbrief en de site een nieuwe aanpak en look. Er volgde ook extra en gerichte promotie. Dat werpt duidelijk vruchten af. In juni 2005 telde Lerarendirect al 18.800 abonnees.

De website van lerarendirect (www.lerarendirect.be) krijgt nu maandelijks gemiddeld 75.000 bezoekers (met pieken tot 100.000 bezoekers). Dat aantal is echt geëxplodeerd (in oktober 2004 telde de website 'slechts' 21.659 bezoekers).

E-brieven

Wie op de hoogte wil blijven van de activiteiten en initiatieven van Klasse, kan zich inschrijven op een reeks elektronische nieuwsbrieven, waarin achtergronden, verbanden met de eindtermen en met de andere tijdschriften worden toegelicht. 'Klasse-XTR' is zo'n elektronische nieuwsbrief voor het hele communicatieproject Klasse. De nieuwsbrief telt momenteel bijna 2.500 abonnees, een verdubbeling ten opzichte van vorig jaar. Nieuw in het schooljaar 2004-2005 zijn de elektronische nieuwsbrieven 'ouders.xtr' (maandelijks, ruim 1.000 abonnees); 'maks.xtr' (wekelijks; ruim 11.000 abonnees) en de nieuwste elektronische nieuwsbrief 'het geheim van yeti' (maandelijks; ruim 300 abonnees).

6.5 Departement Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur

6.5.1 Organisatie van de communicatie

In de administratie Gezin en Maatschappelijk Welzijn gebeurt de coördinatie van de communicatie vooral door de afdeling Algemeen Welzijnsbeleid. Hier is één personeelslid voltijds belast met communicatie, bijgestaan door een webspecialist. In de overige afdelingen werden 'contactpersonen communicatie' aangeduid. Deze personen zijn slechts sporadisch met communicatie bezig. Bij de administratie Gezondheidszorg coördineert het team Algemeene Beleidsondersteuning de communicatie. De communicatieopdrachten zijn verdeeld over drie personen, die daarnaast elk ook voor andere beleidsondersteunende opdrachten instaan. Binnen de administratie zijn er overlegmomenten met de aanspreekpunten in de afdelingen. Bij de administratie Cultuur is de coördinatie van de communicatie een voltijdse opdracht, met ondersteuning van een halftijdse medewerker.

Op departementaal niveau is er een voltijdse opdrachthouder Communicatie. Zij wordt bijgestaan door een webspecialist. Het communicatieoverleg tussen de communicatieverantwoordelijken onderling en met de bevoegde kabinetten gebeurt ad hoc.

6.5.2 Nieuwe media

Vanaf 2001 werd het internet als volwaardig communicatiekanaal ingeschakeld. Daarbij werd gekozen voor een deels op thema's, deels op doelgroepen gerichte aanpak. Naar de toekomst toe wordt onderzocht in hoeverre de inhoud beter op maat van de verschillende doelgroepen kan worden aangeboden door het inschakelen van dynamische toepassingen, zoals een Content Management Systeem.

De websites van het departement worden sinds midden 2004 doorgelicht aan de hand van een instrument voor kwaliteitsmeting. Ook de nieuwe normen voor de toegankelijkheid van websites voor blinden en slechthzienden worden in dat instrument verwerkt.

6.5.3 Welzijn, volksgezondheid en gezin

Ontmoetingsdagen 'Planning Lokaal Sociaal Beleid' (november-december 2004)

Om de lokale besturen maximaal te ondersteunen bij de realisatie van hun lokaal sociaal beleidsplan, sloegen een aantal organisaties - die actief zijn op verschillende beleidsniveaus - de handen in elkaar om hun kennis aan de lokale besturen aan te bieden en/of als forum te fungeren voor informatie- en ervaringsuitwisseling.

De Cel Lokaal Sociaal Beleid (afdeling Inspectie en Toezicht) zorgde ervoor dat zo'n 1.200 personen de kans kregen om te participeren aan een van de vijf provinciale ontmoetingsdagen.

Seminarie 'Doortrekkersterreinen' (Brussel, 3 juni 2005)

De afdeling Algemeen Welzijnsbeleid organiseerde samen met het Vlaams Minderhedencentrum (VMC) een seminarie rond doortrekkersterreinen. Personen die nauw betrokken zijn bij de realisatie van een doortrekkersterrein (beleidsvoorbereiding, inplanting, inrichting, communicatie en/of beheer) wisselden er hun kennis en ervaring uit.

Studiedag 'Professionele inschakeling van (ex-)gedetineerden' (Brussel, 17 juni 2005)

Wie uit de gevangenis komt, vindt vaak moeilijk zijn weg op de arbeidsmarkt. Nochtans blijkt tewerkstelling een sleutelfactor te zijn in de sociale reïntegratie van ex-gedetineerden.

Voor 110 deelnemers was deze studiedag een introductie in de penitentiaire wereld, een kennismaking met de gedetineerden (hun tewerkstellingsnoden en -perspectieven) en met initiatieven ter bevordering van de professionele inschakeling van (ex-)gedetineerden. Tijdens workshops werden verschillende invalshoeken belicht, alsook praktijkervaringen en methodieken ter ondersteuning van de inschakeling van (ex-)gedetineerden op de werkvloer. De organisatie was in handen van de administratie Gezin en Maatschappelijk Welzijn (Beleids-cel Samenleving en Criminaliteit), de administratie

Werkgelegenheid, de VDAB en het Steunpunt Algemeen Welzijnswork.

'De Boekentrommel - Opa vertelt' (februari-maart 2005)



Ter gelegenheid van de Vlaamse Jeugdboekenweek (van 6 tot 20 maart 2005) lanceerde de Vlaamse minister van Welzijn, Volksgezondheid en Gezin i.s.m. Boek.be een campagne waarbij de nadruk werd gelegd op het belang van grootouders in de ontwikkeling van de lees- en vertelcultuur van hun kleinkinderen. Door grootouders en kleinkinderen te stimuleren om samen te lezen of elkaar verhalen te vertellen, wordt hun bijzondere band extra versterkt.

De 'Boekentrommel' die Boek.be dit jaar voorstelde was een echte trommel met blitse boekenkaarten en schitterende verrassingen, die volwassenen en kinderen tussen zes en twaalf jaar steeds opnieuw de weg wijzen naar een goed boek. Elke trommel bevatte een uniek boekenkaartspel, leuke boekenbeeststickers, een boekenbeesttest, oma- en opa-postkaarten en een bon waarmee een kind een van zijn grootouders gratis de Zoo kon binnenloodsen. Wie tijdens de Jeugdboekenweek in de erkende boekhandel kinder- of jeugdboeken kocht ter waarde van 12,50 euro, kreeg er een gratis 'Boekentrommel' bij. Er werden ook een aantal gratis Boekentrommels verdeeld onder de lezers van het

tijdschrift Klasse.

De campagne werd gevoerd via: de website www.boekentrommel.be, advertenties in 'Plus Magazine', 'De Bond' en 'Libelle', redactionele aandacht en een wedstrijd in 'Klasse voor leerkrachten', 'Klasse voor ouders' en 'Yeti', affiches om de Boekentrommel-actie aan te kondigen in de erkende boekhandels en vertelnamiddagen in 20 lokale dienstencentra.

Trefdag over Europa voor de Vlaamse welzijns- en gezondheidssector (Brussel, 2 december 2004 en 26 mei 2005)

De Europese Unie biedt organisaties die actief zijn in de welzijns- en gezondheidssector diverse mogelijkheden om hun werking en organisatie te versterken: subsidies, informatie-uitwisseling, participatie in beleidsvoorbereiding, samenwerking met organisaties in andere landen,

Tijdens de twee trefdagen die de administratie Gezin en Maatschappelijk Welzijn samen met Kleis vzw organiseerde, konden bijna 400 deelnemers hun kennis vergroten over de Europese Unie, zich verdiepen in de bestaande Europese subsidies en nagaan hoe zij hun organisatie op het spoor kunnen zetten van het Europese beleid en de Europese subsidie- en samenwerkingsprojecten. Geïnteresseerden konden bovendien vrij deelnemen aan workshops en infostands.

Campagne 'Vinnig Vlaanderen'

De grote publiekscampagne Vinnig Vlaanderen, met als doel mensen aan te moedigen om voldoende te bewegen en dus gezond te blijven, startte in maart 2003. In het eerste luik van de campagne lag de aandacht vooral op meer bewegen. Het tweede luik, vanaf maart 2004, legde het accent op gezonde voeding. In 2004 werd de campagne Vinnig Vlaanderen voortgezet.

Hittegolf

In de zomermaanden leverde de administratie Gezondheidszorg inspanningen om de gevolgen van

de hittegolf te beperken. Naast de informatie die ter beschikking werd gesteld op de website www.wvc.vlaanderen.be/eerstelijnsgezondheidszorg/hitegolf/preventietips.htm werd gericht gecommuniceerd naar o.a. de thuiszorgorganisaties.

Vaccinnet

De administratie Gezondheidszorg startte op 6 december 2004 met de testfase van 'vaccinnet', een elektronisch bestel- en distributiesysteem voor vaccins. Het project is de eerste grootschalige e-governmenttoepassing in de Vlaamse gezondheidssector. De registratie van de toegediende vaccins biedt ook een belangrijke meerwaarde voor het vaccinatiebeleid, en laat bovendien de artsen-vaccinatoren toe om via elektronische weg de vaccinatiestatus van een patiënt te raadplegen.

Gezondheidsindicatoren

In november 2004 organiseerde de bevoegde minister i.s.m. de administratie Gezondheidszorg een persconferentie om de publicatie van de 'Gezondheidsindicatoren 2001-2002' voor te stellen. De statistieken over de levensverwachting, over de doodsoorzaken, over vermijdbare sterfte (aantal sterfgevallen dat bij personen van minder dan 75 jaar theoretisch vermeden wordt, als iedereen gezond leeft en als de gezondheidszorg optimaal functioneert) en over de gezondheidsdoelstellingen genieten altijd veel belangstelling.

Kleinschalige initiatieven

Naast de grotere initiatieven waren er ook een aantal kleinschalige initiatieven, bijvoorbeeld nieuwe folders in de reeks buitenrecreatie.

6.5.4 Cultuur

Vlaams-Nederlands Huis

Op 24 juni 2004 vond in het Vlaams-Nederlands Huis de plechtige ondertekening van het memorandum van overeenstemming door de toenmalige

Vlaamse minister van Cultuur en twee Nederlandse staatssecretarissen plaats. Met het memorandum werd het Vlaams-Nederlands Huis opgericht en de preïntendant van het Huis aangesteld. Het Vlaams-Nederlands Huis is een cultureel instituut en centrum voor debat en reflectie over taal en cultuur in Vlaanderen en Nederland. Het Huis, gelegen in hartje Brussel, heeft als missie om vanuit Vlaanderen en Nederland een forum te bieden voor het debat over culturele diversiteit, samenleving en politiek in Europa. Naar aanleiding van de ondertekening van het memorandum werd een perslunch georganiseerd met een selectie van Vlaamse en Nederlandse journalisten. Aansluitend vond een persconferentie plaats voor een meer uitgebreide groep journalisten. Tot slot ging de officiële ondertekening van het memorandum gepaard met een feestelijke opening van het Vlaams-Nederlands Huis voor een 300-tal genodigden uit Vlaanderen, Nederland en Europa. Het Huis programmeerde meteen ook openingstentoonstellingen op de verdiepingen van het gebouw, namelijk de tentoonstelling met videokunst 'Duo Track – Taal en beeld in actuele videokunst uit Vlaanderen en Nederland: acht posities' en het project 10 BLADSPIEGELS, een poëzie-installatie met stemmen en teksten van tien Nederlandse en Vlaamse dichters, een productie van Het Beschrijf. De tentoonstellingen waren toegankelijk voor het publiek van 25 juni tot en met 11 juli 2004. De praktische organisatie van de officiële opening van het Vlaams-Nederlands Huis was in handen van de administratie Cultuur, in nauwe samenwerking met het bevoegde kabinet.

Voorstelling beleidsnota Cultuur

Op 18 januari 2005 heeft de Vlaamse minister van Cultuur de beleidsnota Cultuur 2004-2009 voorgesteld aan de voltallige culturele sector. De voorstelling vond plaats in het Kaaithheater in Brussel. In zijn toespraak formuleerde de minister de belangrijkste krachtlijnen uit zijn beleidsnota. De minister kon rekenen op een ruime belangstelling van de pers en de culturele sector die met een 500-tal aanwezigen goed vertegenwoordigd was. De voorstelling werd in goede banen geleid door gastvrouw Chantal Pat-

tyn. Voor en na de toespraak van de minister werd de dvd Kernwasser Wunderland van Anouk De Clercq in loop getoond. Het podium werd verfraaid met het zitmeubel Cross Seats van Quinze & Milan. Na afloop konden de aanwezigen nog napraten op de tonen van de lounge en jazzy DJ-set van DJ Belli en DJ DJEFF. De praktische organisatie van de voorstelling van de beleidsnota Cultuur was in handen van de administratie Cultuur, in nauwe samenwerking met het kabinet.

Prijzen van de Vlaamse Gemeenschap

Net als in 2004 werden in 2005 de Prijzen van de Vlaamse Gemeenschap opnieuw samen uitgereikt tijdens een groots evenement. Ditmaal was de plaats van het gebeuren het Concertgebouw in Brugge. De uitreiking van de Vlaamse Cultuurprijzen 2004 vond plaats op 21 februari 2005 in aanwezigheid van de Vlaamse minister van Cultuur en een 800-tal genodigden. De avond werd opgeluisterd door het Mol Percussion Orchestra en het koor Fine Fleur. Tijdens de uitreiking maakten leerlingen van de Hotel- en Toerismeschool Spermalie op de achtergrond hapjes klaar voor de laureaten met de ingrediënten die in het decor verwerkt waren. Ook dit jaar gaven het kabinet en de administratie de opdracht voor de praktische organisatie van de uitreiking aan CultuurNet Vlaanderen.

Vlaanderendag 2005

Tijdens de Vlaanderendag van 24 april 2005, stelde het kabinet zijn deuren open in het Arenberggebouw en maakte er ook ruimte voor randanimatie en informatie. Voor de randanimatie zorgden onder andere steltenlopers en een aantal groepen die optraden. Het kabinet legde de link met de administratie Cultuur en een aantal organisaties die er een informatiestand hadden. Verder stond een sofagesprek op het programma met de minister, topsportmanager Ivo Van Aken, Cédric Van Branthegem en Ulla Werbrouck. Dit sofagesprek werd rechtstreeks uitgezonden op FM Brussel. In totaal hebben een 700-tal bezoekers het Arenberggebouw bezocht. De praktische organisatie van de Vlaanderendag in

het Arenberggebouw was in handen van de het kabinet, in nauwe samenwerking met de administratie Cultuur.

Kleinschalige initiatieven

Verder plaatste de administratie Cultuur op geregelde tijdstippen advertenties in de Vlaamse kranten om de culturele sector te herinneren aan deadlines voor subsidieaanvragen en infodagen in het kader van subsidiëring.

6.6 Departement Economie, Werkgelegenheid, Binnenlandse Aangelegenheden en Landbouw

Elke administratie van het departement Economie, Werkgelegenheid, Binnenlandse Aangelegenheden en Landbouw is autonoom verantwoordelijk voor de organisatie van de communicatie.

6.6.1 Economie

In het najaar van 2004 werd de campagne rond de ecologiepremie gelanceerd. 'Milieuvriendelijk ondernemen brengt u geld op' werd gecommuniceerd in de printmedia. Folders werden aan de geïnteresseerden ter beschikking gesteld. De campagne behaalde tevens de bronzen PAMPA-award (zie infra).

Om de subsidies voor ondernemers verder kenbaar te maken, nam de administratie deel aan informatiesessies in samenwerking met UNIZO. Op deze manier wordt een nieuwe 'ronde van Vlaanderen' opgezet om de informatie dichterbij de klant te brengen.

In november 2004 organiseerde de administratie een opendeurdag. Ondernemers en ambtenaren werden met elkaar in contact gebracht. Interessante informatie over de werking van de administratie, de beschikbare subsidies, ... werd uitgewisseld. Doorlopend konden de geïnteresseerden seminars meevolgen. Tijdens deze opendeurdag werd de handleiding voor de ontwikkeling, uitgifte en beheer van bedrijventerreinen voorgesteld. De handleiding is verkrijgbaar in boekvorm, op Cd-rom en via de website.

Ook het voorbije werkjaar is er voor het vijfde jaar

op rij, weer uitgebreid campagne gevoerd om de brede bevolking te stimuleren tot rationeler energiegebruik.

In het voorjaar van 2004 werd een herhaling georganiseerd van de campagne inzake de fiscale maatregelen voor energiebesparing. De campagne liep van februari tot april in een selectie van week- en maandbladen en via banners op bouw en immo-websites.

In het kader van de Maand van de Energiebesparing werd in oktober 2004 een uitgebreide communicatiecampagne opgezet (advertenties in magazines, verschillende radiospots, ludieke straatacties, radio-spelletjes, ...). Het thema van deze campagne was: 'En wat is uw excuus om geen energie te besparen'. De campagne bestond uit één advertentie en 4 radiospots. In Gent en Kortrijk werd een ludieke straatactie georganiseerd met een douchecel in een openbare fontein en een stoel + tafel op een lantaarnpaal. Op Radio 2, Studio Brussel en 4FM werd een energiewedstrijd georganiseerd, waarbij de prijzen bestonden uit energiezuinige producten. Samen met Libelle en Ché werden joint promo's opgezet. De campagne werd aangevuld met uitgebreide pers aandacht. In oktober 2004 werd het educatief spel 'Watty en de energievreters' voor leerlingen uit het lager onderwijs op de website gelanceerd. Eind 2004 werd naar jaarlijkse gewoonte campagne gevoerd met de Energiekalender (2005).



In 2004 werden 290.000 brochures verspreid, een stijging met 40% ten opzichte van 2003, met in totaal 11 verschillende titels.

De website www.energiesparen.be ondersteunde alle communicatiecampagnes en telde in 2004 zo'n 200.715 bezoekers, een verdubbeling ten opzichte van 2003. Eén op tien bezoekers plaatste een bestelling voor een of meerdere brochures via de website. Van januari tot april 2005 werd de website 93.901 keer bezocht.

De afdeling Europa Economie verzorgde de jaarlijkse bijwerking van de subsidiewegwijzer en de brochure 'overheidsopdrachten in de Europese Unie'. Er werd tevens een driemaandelijks nieuwsbrief ontwikkeld voor de bedrijven in Vlaanderen over de activiteiten die voor hen vanuit Europa belangrijk zijn. Voor de rest blijven de bestaande publicaties verder verspreid worden op aanvraag.

6.6.2 Werkgelegenheden

In mei 2004 is de administratie gestart met een interne elektronische nieuwsbrief: @W-nieuwsbrief. Intussen zijn er 10 maandedities en twee extra-nieuwsflashen verschenen. De inhoud van de nieuwsbrief bestaat uit een combinatie van inhoudelijke personeelsinformatie, weetjes en ludieke elementen. De werkgroep communicatie staat in voor de realisatie.

Ter gelegenheid van de tiende verjaardag, hield VIONA (Vlaams Interuniversitair OnderzoeksNetwerk Arbeidsmarktrapportering) een tweedaags internationaal congres in Brugge. In de rand van dat congres was er het initiatief 'Kunst over werk'. Dat evenement bood aan gevestigd en aankomend kunstenaarstalent een platform om 'arbeid, werk en organisatie' vanuit artistiek creatief oogpunt onder de aandacht te brengen. Als resultaat kreeg de congreslocatie verschillende soorten kunstvormen aangemeten: beeldende kunst, fotografie, toneel, cartoons, poëzie, literatuur en muziek. Een selectie van cartoons versierden ook de congresbloccnote en een bladwijzer die speciaal voor het tienjarige bestaan van VIONA werd ontworpen.

In het voorjaar van 2005 ging het Digitaal Kenniscentrum Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) officieel van start. Voor de ontwikkeling van het centrum ging de Vlaamse overheid een partnerschap aan met Business & Society Belgium en krijgt ze steun via ESF-middelen. Behalve informeren en hulp bieden, zal het centrum ook een inventaris opmaken van 'witte vlekken' op het gebied van MVO. Het moet ook de netwerking tussen alle betrokkenen bevorderen. Tot en met september zullen bedrijven en organisaties de nieuwe website voeden met informatie en thematische netwerken uitbouwen. Vanaf oktober 2005 zal het Digitaal Kenniscentrum voor alle geïnteresseerden open zijn. Tot dan kan men voor de algemene informatie van het project terecht op de portaalsite www.mvo-vlaanderen.be. Naast de technische en inhoudelijke ontwikkeling van de portaalsite, kreeg het initiatief ook een eigen huisstijl en logo.

6.6.3 Binnenlandse Aangelegenheden

De communicatie vanuit de administratie Binnenlandse Aangelegenheden naar voornamelijk de lokale en provinciale besturen (onder andere gemeenten, OCMW's, intergemeentelijke samenwerkingsverbanden, provincies) verloopt via diverse kanalen.

Een belangrijk communicatiekanaal is het tijdschrift BinnenBand, waarin actuele topics, die lokale besturen aanbelangen, worden besproken. Het tijdschrift verschijnt tweemaandelijks (niet in juli en augustus). Het is ook raadpleegbaar in de openbare bibliotheken en op de website van de administratie Binnenlandse Aangelegenheden.

Nieuwe ontwikkelingen binnen het beleidsdomein worden bekendgemaakt via brochures en op de website van de administratie (www.binnenland.vlaanderen.be). Sinds begin 2004 is de website volledig vernieuwd. Voor het stedenbeleid werd een aparte website ontwikkeld: www.thuisindestad.be. In mei 2005 heeft de administratie Binnenlandse Aangelegenheden voor de tweede maal een jaarbeeld opgemaakt. Daarin is info opgenomen over de werking van de eigen administratie en die van de lokale en provinciale besturen in Vlaanderen.

De publicatie bevat zeer veel statistisch materiaal over de lokale en provinciale besturen, dat voorzien wordt van het nodige commentaar. Het jaarbeeld kan worden geraadpleegd op de website van de administratie.

6.6.4 Land- en Tuinbouw

Op de website www.vlaanderen.be/landbouw kan de geïnteresseerde bezoeker steeds een actueel beeld vinden over de werking van het toekomstige beleidsdomein Landbouw en Visserij.

De manier waarop de diverse informatie op deze website voor het publiek ontsloten wordt, is exemplarisch voor de wijze waarop de communicatie van het beleidsdomein gevoerd wordt.

Thematisch werken en vraaggestuurd denken in verband met de beschikbare informatie, vergt een continue inspanning van alle betrokkenen. Deze inspanningen lonen echter en vertalen zich in een groot aantal tevreden klanten en bezoekers.

MTR of Mid Term Review is de fundamentele hervorming van het gemeenschappelijk landbouwbeleid met als doel:

- de landbouw in de EU concurrerend te maken;
- een duurzame marktgerichte landbouw te bevorderen; en
- de plattelandsontwikkeling te versterken.

Een dergelijke ingrijpende hervorming wordt op gepaste wijze door communicatie-initiatieven ondersteund:

- themastand op Agriflanders (de 2-jaarlijkse grote landbouwbeurs in Vlaanderen);
- basisbrochure rond MTR (ter gelegenheid van deze beurs uitgebracht);
- brochure 'randvoorwaarden';
- deelsite op:

<http://www2.vlaanderen.be/ned/sites/landbouw/mtr/index.html>;

- persinlassingen; en
- voorlichtingsactiviteiten waarbij het eigen personeel niet vergeten wordt.

Om tot een meer duidelijke en gemakkelijk bereikbare dienstverlening per provincie te komen, werden de buitendiensten gecentraliseerd. Dit wordt

ondersteund door een handige dienstverleningsfolder per provincie.

De Vlaanderendag 2005 stond voor het beleidsdomein in het teken van de samenwerking tussen verschillende diensten, in dit geval het Departement voor Zeevisserij (wetenschappelijk onderzoek) van het CLO en de Dienst Zeevisserij (beleid en toezicht) van de Administratie Land- en Tuinbouw (ALT). Dit gezamenlijke initiatief slaagde erin om meer dan 1.600 bezoekers naar Oostende te lokken.

Grote aandacht gaat verder naar interne communicatie. De Intraland-intranetsite is hier een mooi voorbeeld van. De BBB-nieuwsbrief B@BBel, sinds het voorjaar 2005 een heus elektronisch personeelsblad, werd sterk geïntegreerd in het intranetgebeuren. De diensten van het Centrum voor Landbouwkundig Onderzoek brachten in dezelfde periode 'CLOse-Up' uit.

6.7 Departement Leefmilieu en Infrastructuur (LIN)

Het aantreden van de nieuwe Vlaamse Regering gaf in het departement LIN o.a. aanleiding tot het screenen van de beleidsnota's op communicatie-opportunities. Juni 2004 had consequenties voor enkele afdelingen van het departement: vanaf 30 juni 2004 zijn delen van de administratie Waterwegen en Zeewezen ondergebracht bij het ambtsgebied van de agentschappen Waterwegen en Zeekanaal en De Scheepvaart. Twee toekomstige beleidsdomeinen van het departement kregen op 9 december 2004 een gewijzigde naam die tot een duidelijker communicatie over de toekomstige bevoegdheden zal leiden. Het beleidsdomein Leefmilieu en Natuur heet voortaan 'Leefmilieu, Natuur en Energie'. Het toekomstige beleidsdomein Mobiliteit gaat nu onder de naam 'Mobiliteit en Openbare Werken'. Het beleidsdomein Ruimtelijke Ordening, Woonbeleid en Onroerend Erfgoed behoudt zijn naam.

6.7.1 Gemeenschappelijke projecten in het departement LIN

6.7.1.1 E-government

De nieuw opgerichte interdepartementale Coördinatiecél Vlaams – E-government (CORVE) die de verschillende e-govclusters van de Vlaamse overheid in de toekomst aanstuurt, stelde een lijst op van e-governmentprojecten die versneld zullen worden uitgewerkt. LIN participeert aan het departementale e-govoverleg voor drie clusters.

De cluster mobiliteit en openbare werken: die bevat o.m. de website van de administratie Waterwegen en Zeewezen (www.awz.be), de website van het Verkeerscentrum Vlaanderen (www.verkeerscentrum.be), de site van de administratie Wegen en Verkeer (www.wegen.vlaanderen.be), en de Uitwegsite (www.uitweg.be). De portaalsite Mobiel Vlaanderen (www.mobielvlaanderen.be) is sinds februari 2003 online en is in 2004-2005 vernieuwd. De koepelsite ontsluit niet alleen de eigen, maar ook andere sites i.v.m. mobiliteit en openbare werken.

Voor de cluster bouwen en wonen werd de portaalsite www.bouwenenwonen.be ontwikkeld die de gebruiker in staat stelt om alle informatie rond bouwen en wonen centraal terug te vinden.

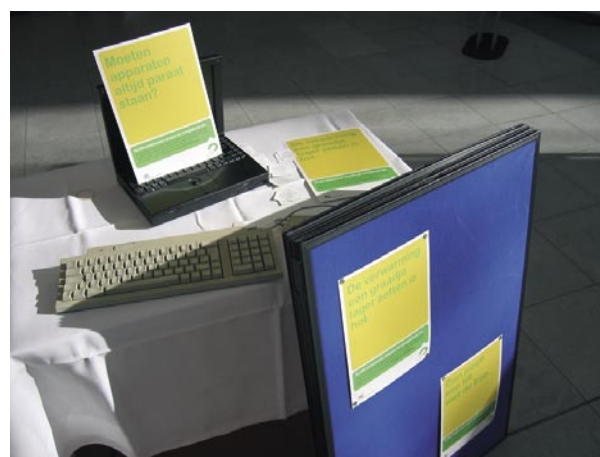
De internetwegwijzer www.milieuinfo.be is één van de belangrijkste realisaties van de cluster leefmilieu en natuur. Deze website biedt aan de hand van verschillende navigatiesystemen de mogelijkheid om vraaggericht milieu-informatie op te zoeken. Binnen deze website situeert zich onder andere het Milieuklachtenloket, een interactieve toepassing waarmee voornamelijk gemeentelijke overheidsdiensten alle meldingen van klachten registreren en volgen. Het loket is te bereiken via <http://milieuklachten.milieuinfo.be>. Een gebruikersnaam en paswoord zijn vereist. Ondertussen bouwde AMINAL ook www.mina.be, als digitaal informatiepunt van de administratie verder uit. Daarbij is veel aandacht besteed aan de toegankelijkheid en gebruiksvriendelijkheid van de website. AMINAL streeft naar een kwaliteitsvolle digitale communicatie, afgestemd met andere communicatievormen en op maat van haar doelgroepen. Die laatste worden online trou-

wens op hun wenken bediend: op www.mina.be vinden onder meer milieucoördinatoren en lokale ambtenaren pagina's waarop alle relevante informatie van de administratie voor hen is samengebracht.

6.7.1.2 Databank ondergrond Vlaanderen

Sinds mei 2002 is de website van Databank Ondergrond Vlaanderen actief. De Databank Ondergrond Vlaanderen (DOV) is het virtuele loket waar alle gegevens over de ondergrond vlot en op een geïntegreerde manier toegankelijk zijn. De Vlaamse overheid en diverse instellingen en bedrijven stellen er immers gratis basisgegevens ter beschikking over aspecten zoals waterpeil, lagenopbouw, samenstelling, geologische en hydrogeologische formaties en draagvermogen van de ondergrond. Hiermee wordt ingespeeld op een al jarenlang bestaande nood in de bouwtechnische wereld. De DOV wordt beheerd door een samenwerkingsverband tussen de departementen LIN (administraties AOSO en AMINAL) en EWBL (administratie Economie).

6.7.1.3 Interne milieuzorg



De Vlaamse overheid zette haar interne communicatiecampagne rond interne milieuzorg verder. Met de slogan 'Mouw op voor het Milieu' worden personeelsleden opgeroepen om hun steentje bij te dragen aan het milieu. Motor achter deze campagne is de Centrale Coördinatiecél Milieuzorg (CCM) van AMINAL. Na afval in 2004 stond in het voorjaar van 2005 het thema energie centraal. Alle ambtenaren werden opgeroepen om rationeel om te springen

met energie op hun werkplek. Tijdens de Vlaanderendag werden de dienstfietsen extra in de kijker gezet. De website www.vlaanderen.be/milieuzorg zorgt ervoor dat de voorbeeldfunctie van de Vlaamse overheid ook extern zijn weerslag vindt.

6.7.1.4 Vlaanderendag bij het departement Leefmilieu en Infrastructuur

Op zondag 24 april organiseerde de Vlaamse overheid voor de vierde keer de Vlaanderendag. Overal in Vlaanderen kon de burger kennismaken met de werking van Vlaamse administraties en instellingen. Ook het departement Leefmilieu en Infrastructuur zorgde voor een gevarieerd programma op verschillende locaties. Zo gingen de deuren open in het Graaf de Ferrarisgebouw en het Phoenixgebouw in Brussel, de oude Waterburcht van Millen, het Waterbouwkundig Laboratorium en Hydrologisch Onderzoek in Antwerpen, de Vessel Traffic Services in Kallo, het Deurganckdok in Doel, het Natuur-en Milieueducatief Centrum de Helix in Grimminge samen met het Instituut voor Bosbouw en Wildbeheer, De Vroente in Kalmthout, het stedelijk natuurgebied Osbroek en de Abdij van Herkenrode. Verder werden ook de vaartuigen 'Zeeleeuw' en 'Ter Streep' en onder meer de opgravingen van de Hopmarkt in Aalst opengesteld. Ook alle bevoegde kabinetten hielden opendeur.

6.7.2 Campagnes en projecten in de administraties

6.7.2.1 Administratie Algemene Administratieve Diensten (AAAD)

Informatieverzameling en –verspreiding

De administratie ondersteunt en ontwikkelt processen die informatieverzameling en –verspreiding optimaliseren. Dat komt ook een vlotte interne en externe communicatie ten goede. In 2004 lanceerde de AAAD een Document Management Systeem (DMS) voor digitale documenten. Momenteel wordt onderzocht hoe het DMS het best kan worden uitgebreid met een beeldendatabank. Ook BinGo!, de afkorting staat voor 'Bedrijfs- en informatiemodellen

Geactualiseerd ontsloten!', zorgt ervoor dat kennis intern wordt gedeeld, meer bepaald de resultaten van proces- en informatieanalyses, waarop beslissingen kunnen worden gebaseerd, bijvoorbeeld in het kader van reorganisaties en de informatisering van processen.

Brochure personenvervoer

Naar aanleiding van een wijziging in de regelgeving op het gebied van personenvervoer, gaf de AAAD voor de afdeling Personenvervoer en Luchthavens (administratie Wegen en Verkeer) een brochure uit om burgers en organisaties wegwijs te maken in deze regelgeving en de nodige formulieren. In totaal 750 brochures werden per mailing bezorgd aan Vlaamse gemeentes, politiezones en de bibliotheken. Bijkomende exemplaren konden bij de Vlaamse Infolijn worden aangevraagd. De brochure kwam ook online op de site www.vlaanderen.be en op www.mobielvlaanderen.be.

6.7.2.2 Administratie Waterwegen en Zeewezen (AWZ)

Naar goede gewoonte nam de administratie Waterwegen en Zeewezen deel aan heel wat festiviteiten, evenementen, campagnes, beurzen en studiedagen. Zo ging de medewerking van deze administratie aan de Antwerp Tall Ships race, die afgelopen jaar duizenden bezoekers naar Antwerpen lokte, niet onopgemerkt voorbij. Verder is ook de unieke campagne 'Voel je thuis in de scheepvaart' meer dan een vermelding waard. AWZ lanceerde de campagne met het oog op de promotie van nautische beroepen bij het Zeewezen. Tijdens het evenement 'Oostende voor Anker' (einde mei 2005) deden meer dan 5.000 bezoekers de stand van het 'Zeewezen' aan. De jobcampagne kwam er ruim aan bod.

De website van de administratie (www.awz.be) mag met zijn 3.000 bezoekers per dag zonder schroom een succes worden genoemd. Daarenboven weten de enkele duizenden lezers van 'Waterspiegel' dit infomagazine van AWZ meer dan te smaken.



De administratie voert de 'dialogo met de burger' hoog in het vaandel. Inspraak van de belanghebbenden en samenspraak met de betrokken partijen zijn voor haar een evidentie. Ook over gevoelige thema's gaat ze de discussie niet uit de weg. De informatiecampagnes rond het groeistrand van Oostende, het beleidsplan waterrecreatie en de volgende verdieping van de Westerschelde zijn maar enkele voorbeelden uit een schier eindeloze lijst.

6.7.2.3 Administratie Milieu-, Natuur-, Land- en Waterbeheer (AMINAL)

Na de goedkeuring van het milieubeleidsplan 2003-2007 of MINA-plan III startte een in de tijd gespreide communicatie. Na de publicatie van het plan, een synthesetekst, het Milieujaarprogramma 2004 werden ook Engelse en Franse vertalingen van de synthese gedrukt en verspreid. Begin 2005 werd een brochure voor de doelgroep consumenten (bevolking) gepubliceerd. Er volgen nog doelgroepbrochures voor de landbouw en de industrie. Alle publicaties zijn ook beschikbaar via het internet. Op 1 januari 2005 ging de tweede fase (2005-2007) van de Samenwerkingsovereenkomst 'Milieu als opstap naar duurzame ontwikkeling' met de lokale overheden van start. Voor het jaar 2005 dienden 251 gemeenten en steden een dossier in. Ook alle Vlaamse provincies doen mee. Om de tweede fase te begeleiden, werd de website www.samenwerkingsovereenkomst.be aangepast. De nieuwe

structuur komt beter tegemoet aan de vraag voor ondersteuning vanuit de lokale overheden.

Milieu wordt vaak in relatie gebracht met onze gezondheid. Milieuproblemen zoals luchtvervuiling, geluidsoverlast, waterverontreiniging, hebben hun weerslag op onze gezondheid. De cel Milieu & Gezondheid van AMINAL buigt zich daarover. Belangrijk daarbij is een gerichte en duidelijke communicatie. Om die communicatie zo efficiënt en optimaal mogelijk te laten verlopen, startte in 2004 een onderzoek naar de actoren en doelgroepen die een rol kunnen spelen in de communicatie over Milieu & Gezondheid. Het onderzoek zal in het najaar van 2005 afgerond worden met als resultaat een communicatiestrategie. In juni 2005 werden via de media al de eerste resultaten van de 'meetcampagne pasgeborenen' van het Vlaams humaan biomonitoringsprogramma Milieu en gezondheid (2002-2006) bekendgemaakt. Voor deze Vlaamse meetcampagne (humane biomonitoring) werden in Vlaanderen vervuilende stoffen die uit het milieu afkomstig zijn, gemeten in het navelstrengbloed van 1.196 pasgeborenen. Moeders stapelen deze stoffen op en geven ze door aan hun baby. De bedoeling was om na te gaan of het wonen in verschillende types van gebieden in Vlaanderen, een invloed heeft op de gehalten van vervuilende stoffen in navelstrengbloed. Via de pers wordt de bevolking daarover verder op de hoogte gehouden.

Via de campagne 'Zonder is Gezonder' blijft de afdeling Water aandacht vragen voor het verminderen van bestrijdingsmiddelen in en rond de woning en bij openbare besturen. De website www.zonderisgezonder.be loodst als milieuvriendelijke bestrijdingswijzer iedereen door zijn of haar internetzoektocht naar een gepast alternatief en voor de openbare diensten is er o.a. het draaiboek voor de afbouw van bestrijdingsmiddelen. Wie geen internetaansluiting heeft, krijgt de hulp van de Vlaamse Infolijn. In mei en juni 2005 werden rond dit thema opendeurdagen gehouden.

De opwarming van de aarde en de uitstoot van broeikasgassen zijn problemen die ons allen aanbelangen. Op 16 februari 2005 trad het welgeken-

de Kyotoprotocol in werking. In de eerste plaats vraagt het Protocol dat de industrielanden hun broeikasgasemissies in eigen land laten afnemen. Het Vlaams Klimaatbeleidsplan 2002-2005 vormt momenteel de leidraad voor het Vlaamse klimaatbeleid. Dit plan bevat meer dan 30 klimaatprojecten uit verschillende bevoegdheidsdomeinen, die zorgen voor een beperking van de uitstoot van broeikasgasemissies. De belangrijkste uitdaging vormt een doorgedreven rationeel energiegebruik. In juni 2005 werd het startschot gegeven voor de Vlaamse klimaatconferentie. Deze conferentie, georganiseerd door de cel Lucht van AMINABEL, heeft als doel alle belangrijke actoren samen te brengen in een uitgebreid consultatieproces voor één van de grootste milieu-uitdagingen van deze eeuw: de opwarming van de aarde. De Vlaamse overheid streeft er immers naar de internationale akkoorden in de strijd tegen het versterkte broeikaseffect correct uit te voeren.

In opdracht van de cel Geluid, Trillingen en Niet-ioniserende stralingen van AMINABEL werd een databank lichthinder uitgewerkt. Naast een overzicht van de geldende normen en aanbevelingen krijg je als gebruiker een opsomming van maatregelen en technieken voor het beperken van de lichthinder binnen verschillende toepassingen. Meer informatie op de webstek www.milieuhinder.be of www.emis.be/lichthinder.

De cel Natuur- en Milieueducatie en -Informatie (NME&I) binnen AMINABEL bouwde verder aan haar doelgroepgerichte NME-werking. Die omvat een diversiteit aan initiatieven en projecten, in nauwe samenwerking met natuur- en milieuorganisaties en intermediaire organisaties. Zo werden binnen het project 'Milieuzorg op School' (MOS) twee themabundels voor het basisonderwijs gerealiseerd, met name rond de thema's 'verkeer' en 'natuur op school'. Voor het secundair werden enkele goede schoolvoorbeelden gebundeld in het 'praktijkboek MOS-secundair'. Intussen stapten al meer dan 700 secundaire scholen en ongeveer 1.500 basisscholen mee in het MOS-project.

De 18de Benelux Werkconferentie Natuur- en Milieu-Educatie (30 november, 1 & 2 december 2004), geor-

ganiseerd door de cel NME&I in samenwerking met de afdeling Natuur, koos als thema 'Alles kan beter. Strategieën voor een beter bereik van de burger' en stond dus in het teken van de doelgroep volwassenen. De deelnemers aan de conferentie kregen methodieken en concrete strategieën aangereikt voor het (beter) bereiken van de 'burger' en het gericht overbrengen van de milieuboodschap.

Een vernieuwde versie van de NME-inventaris Vlaanderen (www.milieueducatie.be/nme-inventaris), een databank met het natuur- en milieueducatieve aanbod in Vlaanderen, kwam midden 2005 online. Door de sterk uitgebreide zoekmogelijkheden voor de gebruikers en de gebruiksvriendelijke beheersmodule voor de NME-aanbieders zal dit initiatief uitgroeien tot een belangrijk instrument voor de afstemming van vraag en aanbod met betrekking tot natuur- en milieueducatie.

In september 2004 ging de permanente NME-werking binnen het Vlaams bezoekers- en natuureducatiecentrum 'De Nachtegaal' van start, onder meer met een aanbod afgestemd op de bijzondere kustmilieus in de omgeving van dit centrum. Een langlopend educatief project 'in de ban van de Decibel' ging medio 2005 in NMEC 'De Helix' van start rond het thema stilte en geluid. Een interactieve tentoonstelling vormt de kern van een programma rond deze thematiek.

De cel Mer ontwikkelt verder klantvriendelijke initiatieven, zoals de lancering van een elektronische nieuwsbrief en een grondig vernieuwde webstek www.mervlaanderen.be waardoor het mogelijk is om per gemeente gegevens over lopende of uitgevoerde milieueffectrapportages op te vragen.

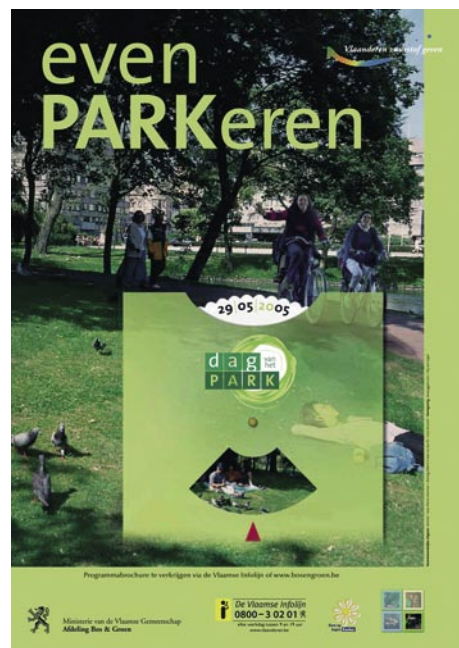
De afdeling Natuur focuste zich het voorbije jaar op steeds meer toegankelijke natuur. Zo werd onder andere het bezoekersonthaalplan voor de IJzermonding gelanceerd. Dit onthaalplan werd uitgewerkt door Westtoer apb, in overleg met AMINAL – afdeling Natuur en AWZ – afdeling Kust en illustreert de goede samenwerking tussen deze instanties. Het bezoekersonthaalplan omvat de krachtlijnen voor het onthaalbeleid in het Vlaamse natuurreservaat 'De IJzermonding'. Informatieborden, zitbanken,

fietsenstallingen, natuurobservatiepunten, ... bieden de bezoeker talrijke recreatieve en natuureducatieve voorzieningen. Aansluitend hierbij werd in de lente van 2005 gestart met de afbraak van het 'Mosselkot' en de herinrichting van de bijhorende oesterput. In opdracht van de afdeling Natuur ontwikkelde Westtoer apb - met steun van Toerisme Vlaanderen - een reeks van 23 informatiepanelen voor het Vlaams natuurreservaat 'De IJzermonding'. Deze informatieluifels werden aan alle ingangen en uitkijkpunten van het natuurreservaat geplaatst en moeten de bezoekers niet alleen wegwijs maken in het voor voetgangers en gedeeltelijk ook voor fietsers toegankelijke padennet van het reservaat, maar ook kennis bijbrengen omtrent de in en rond het reservaat voorkomende natuurlijke milieus van strand, slik, schor, duin en polder met hun typische flora en fauna.

In het kader van het Interreg-project 'Groene Woud, Groen Hage(n)land' werden een aantal Vlaams-Brabantse natuurreservaten - met name de Vallei van de Drie Beken, Het Vinne en het Webbekoms broek - als wandelgebieden plechtig geopend voor het recreatieve publiek. Het talrijk opgekomen publiek reageerde enthousiast op de nieuwe infrastructuur. Ook in het Vlaams Natuurdomein de Reytmeersen in Oudenaarde werd een gelijkaardig initiatief gelanceerd. De afdeling Natuur verzorgde er samen met het gemeentebestuur van Oudenaarde een bijzonder gesmaakte opening en bevestigde ook hier de prima samenwerking met de lokale besturen.

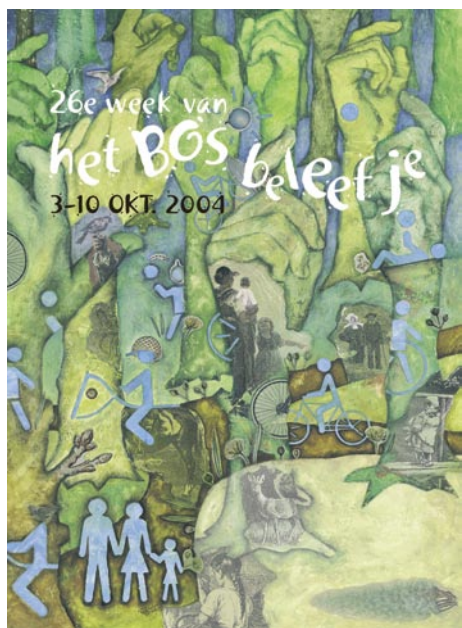
Naast lokale acties maakte de afdeling Natuur ook werk van de implementatie van haar nieuwe huisstijl binnen de verschillende grafische communicatiekanalen (folders, brochures, infoborden, nieuwsbrief, etc.). Hiermee wordt de communicatie eenvormiger en wordt de herkenbaarheid naar partners en de verschillende doelgroepen vergroot.

Tijdens de jaarlijks weerkerende evenementen 'Week van het Bos' en 'Dag van het Park' gaat de afdeling Bos en Groen naar de burger. In 2004 vierde AMINAL haar 26ste 'Week van het Bos' onder het thema 'Het Bos feest'. Op 29 mei beleefde Vlaanderen voor de 15de maal de Dag van het Park. De Dag



van het Park nodigde iedereen uit 'even te PARKeren' in het groen. Door het thema 'even PARKeren' kreeg 'parkeren' vanaf 29 mei een nieuwe, eigenzinnige betekenis! Ten eerste 'zichzelf even parkeren' of 'tot rust komen' in een groene buurt. Uit studies blijkt dat de aanwezigheid van groen en parken cruciaal is voor het zich goed voelen in een omgeving. Vervolgens 'Het park EREN'. Op de Dag van het Park kon men via allerlei activiteiten het park beter leren kennen en daardoor misschien meer waardEREN en respectEREN. Tot slot 'Even parkeren' letterlijk even afstappen bij een park op één van de vijftien fietstochten 'van park tot park' die ten voordele van Kom op tegen Kanker werden uitgestippeld. Een fietsgids met vijftien routes (gemeenten) wordt nog de hele zomer lang te koop aangeboden in een aantal boekhandels (kostprijs: tien euro). Daarvan gaat twee euro naar Kom op tegen Kanker. De vijftien routes werden op de Dag van het Park feestelijk ingefietst, maar kunnen nog de hele zomer lang afgereden worden. De Editie 2005 was bijzonder succesvol. In totaal bezochten zo'n 140.000 recreanten parken en andere groengebieden op de meer dan 100 verschillende locaties die op 29 mei toegankelijk waren.

Voor het tweede jaar op rij sloegen de 'De Vlaamse Liga tegen Kanker', de Vereniging voor Bos in Vlaanderen en de afdeling Bos & Groen van AMINAL de handen in elkaar naar aanleiding van de het Boomp-



jesweekend op 20 maart 2005. In elke provincie kwamen honderden tot duizenden geïnteresseerden opdagen om het Kom op tegen Kanker-bos van hun provincie mee aan te planten. Deze vijf nieuwe Kom op tegen Kanker-bossen liggen in Kermt-Has-selt (Limburg), Lille-Vosselaar (Antwerpen), Lub-beek (Vlaams-Brabant), Lokeren (Oost-Vlaanderen) en Menen (West-Vlaanderen). Een aantal bekende Vlamingen schoten de planters in elke provincie te hulp en zetten zo hun schouders onder de cam-pagne van het Boompjesweekend.

Op de Wereldwaterdag in maart 2004 ging het 'Vlaams Partnerschap Water voor Ontwikkeling' of-ficieel van start. Hiervoor werd een website ontwik-keld (www.watervoorontwikkeling.be) en werd een folder uitgegeven. Het Partnerschap houdt een dui-delijk doel voor ogen: zes miljoen Vlamingen hel-pen tegen 2015 zes miljoen mensen in 'het Zuiden' aan zuiver water. Dit engagement vloeit voort uit de 'Millennium Ontwikkelingsdoelstellingen' (New York, 2000) en de afspraken van de 'Wereldtop Duurzame Ontwikkeling' (Johannesburg, 2002).

De afdeling Milieu-inspectie rapporteerde naar jaar-lijkse gewoonte over de resultaten van het handha-vingsbeleid in haar handhavingrapport 2004. Deze rapporten worden in het Nederlands maar ook in het Engels gepubliceerd, ten behoeve van interna-tionale meetings.

AMINAL neemt jaarlijks ook deel aan de grote land-bouwbeurzen in België, Agriflanders, Agribex, de Internationale Werktuigdagen, samen met de mi-lieu-VOL's in een Vlaams Milieupaviljoen. De afdeling Land spitste zich toe op de erosieproblematiek en bracht hierover een folder uit, die via Agribex 2004 werd verspreid. De afdeling Natuur nam deel aan de Countryside-beurs in Flanders Expo. Thema was deze keer 'Landelijk Leven' en de afdeling Natuur zorgde voor de inkleding van een volledige hal. Tij-dens de Dag van de Aarde gaf de afdeling Natuur present in Alden Biezen waar een infostand werd verzorgd en demo's van natuurbeheerswerken wer-den gegeven. Ten slotte was er de deelname aan het Scheldeweekend. Heel wat geïnteresseerden vonden de weg naar enkele Vlaamse natuurreser-vaten.

In 2004 nam AMINAL deel aan IFEST, de Vlaamse milieubeurs en in 2005 aan de Vlaamse Onderwijs-dagen, waar ze uitpakte met haar educatieve mi-lieupakketten. Tot slot publiceerde AMINAL in het najaar van 2004 haar driejaarlijks verslag 'AMINAL blikt terug 2001-2003'.

6.7.2.4 Administratie Ruimtelijke Ordening, Huisvesting en Monumenten en Landschappen (AROHM)

Ruimtelijke ordening

Binnen het beleidsdomein Ruimtelijke Ordening ging de aandacht in de eerste plaats naar een be-tere uitwerking van de structurele informatiever-spreiding. De website www.vlaanderen.be/ruim-telijkeordening, voorheen vooral in gebruik voor dienstcommunicatie, werd redactioneel beter uit-gebouwd, om hem ook geschikt te maken voor een ruimer publiek. Het digitale aanbod van de ge-westelijke ruimtelijke uitvoeringsplannen op deze website werd verbeterd net zoals de aankondiging van de openbare onderzoeken. Op de website www.bouwenenwonen.be werd een specifiek in-formatieaanbod uitgewerkt voor burgers die met concrete vragen zitten rond bouwen of verbou-wen (premies, vergunningen,...). In de winter van

2004/2005 was een nieuwe publicatie van de gecoördineerde ruimtelijke uitvoeringsbesluiten en een gecoördineerde versie van het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen beschikbaar.

Huisvesting

Het Kenniscentrum voor Duurzaam Woonbeleid is een multidisciplinair expertisecentrum dat basisinformatie vergaart over wonen en woonbehoeften in Vlaanderen en voert onderzoekopdrachten uit ter voorbereiding van het woonbeleid. Het kenniscentrum werkt samen met de afdeling Woonbeleid en met andere betrokken actoren op Vlaams, provinciaal en gemeentelijk niveau. Op 1 januari startte de onderzoekopdracht 'Ruimte voor woonbeleid'. Die loopt tot 31 december 2006. De opdracht omvat vier luiken. In het vierde luik onderzocht het Kenniscentrum de invoering van een huursubsidie. De resultaten werden gepubliceerd in het rapport 'Op weg naar een Vlaamse huursubsidie?'

Verder ontwikkelden de afdelingen Woonbeleid, Financiering Huisvestingsbeleid en Stedenbouwkundige Vergunningen samen met de Vlaamse Huisvestingsmaatschappij de koepelsite Bouwen en Wonen (www.bouwenenwonen.be). De site bundelt alle relevante informatie over het thema en biedt die op een vraaggestuurde manier aan. Ze kan zowel vanuit de invalshoek van een specifieke doelgroep als in functie van een specifiek thema worden doorzocht. Het content management systeem laat toe om de site op een vlotte manier actueel te houden en maakt ook allerlei dynamische toepassingen mogelijk.

Monumenten en Landschappen

In 2004 lanceerde de afdeling Monumenten en Landschappen een nieuwe onderhoudspremieregeling. Een nieuwe brochure werd opgemaakt voor geïnteresseerde eigenaars van beschermde onroerende goederen. Over de nieuwe regeling werd gecommuniceerd via de gemeentelijke infobladen, de VVSG en de verschillende partnerorganisaties van de afdeling zoals Monumentenwacht Vlaanderen, VCM-Contactforum voor Erfgoedverenigingen en

Erfgoed Vlaanderen vzw, om zo een zo ruim mogelijk publiek van betrokkenen te informeren.

Verder was 2004 een overgangsjaar, waar de nadruk niet zozeer lag op actie, maar wel op interne reflectie en visievorming over het communicatiebeleid. De resultaten daarvan zullen pas in de komende jaren zichtbaar worden. Dit jaar werd in samenwerking met het Vlaams Instituut voor het Onroerend Erfgoed wel de herstructurering van de website www.monument.vlaanderen.be voorbereid. De nieuwe site zal begin 2006 online zijn.

Op zondag 12 september vond voor de 16de keer de Open Monumentendag plaats, met als thema 'Van nature een Monument'. Voor het eerst stonden ook landschappen en archeologische sites in de kijker. De deelnemers konden in eigen streek op zoek gaan naar sporen van de menselijke invloed op de natuur. Net zoals de bebouwde omgeving, vertelt ook de natuur een geschiedenis. Ze getuigt van culturele, economische, technische en militaire ontwikkelingen. De afdeling Monumenten en Landschappen werd uitgebreid met twee beheersarcheologen per provinciale ROHM-afdeling. Ook binnen het nieuwe Vlaams Instituut voor het Onroerend Erfgoed (VIOE), een fusie van de kenniscel Monumenten en Landschappen met het Instituut voor het Archeologisch Patrimonium neemt het archeologische erfgoed een belangrijke plaats in. Open Monumentendag zal voortaan dan ook altijd aandacht schenken aan landschappen en archeologische sites, twee belangrijke aspecten van het onroerende erfgoed waarvoor ook de publieke belangstelling duidelijk groeit.

6.7.2.5 Bovenbouw van het departement

Portaalsite Mobiel Vlaanderen

Het afgelopen jaar bouwde de Mobiliteitscel i.s.m. de communicatiecel van LIN de portaalsite Mobiel Vlaanderen verder uit. Enerzijds ontsluit de site op een vraaggerichte manier diensten en informatie over verkeer en mobiliteit in Vlaanderen, België en Europa, anderzijds is de site een nieuwskanaal. Alle persberichten met betrekking tot mobiliteit en openbare werken, afkomstig van de Vlaamse

overheid worden gepubliceerd. Door middel van nieuwsberichten en een overzicht van nieuwsbrieven en periodieke publicaties worden de nieuwste ontwikkelingen op het vlak van verkeer en mobiliteit gecommuniceerd. Via de contactpagina kunnen de bezoekers ook vragen stellen, die worden beantwoord door de Vlaamse Infolijn. De site wordt op dit ogenblik aangepast voor internetgebruikers met een visuele handicap.

Ideeënboek maatregelen duurzame mobiliteit

In het kader van het werkgelegenheidsakkoord 2003-2004 worden nieuwe maatregelen inzake mobiliteit aangemoedigd binnen de bedrijfswereld. Om de bedrijfswereld te ondersteunen en te informeren over bestaande maatregelen en hun mogelijkheden publiceerde de Mobiliteitscel in april 2005, in samenwerking met de administratie Werkgelegenheid, een ideeënboek met maatregelen ter bevordering van duurzame mobiliteit. Het ideeënboek werd uitgewerkt in de vorm van steekkaarten. Deze geven de essentie weer van de meest innovatieve, meest populaire of gemakkelijkst toepasbare mobiliteitsmaatregelen op het vlak van woon-werkverkeer. De combinatie van tekst en lay-out maken het voor de lezer mogelijk in een oogopslag de essentie van elke maatregel te vatten. De meer geïnteresseerde gebruiker kan via korte beschrijvende tekstblokken extra informatie verwerven. Het ideeënboek werd verstuurd naar de provinciale mobidesks, de sectorconsulenten en bedrijven die in 2004 een aanvraag hadden ingediend voor het verkrijgen van een bedrijfsvervoercheque. Geïnteresseerde bedrijven of particulieren kunnen het ideeënboek aanvragen bij de Mobiliteitscel of downloaden via de portaalsite Mobiel Vlaanderen.

Hoe het vooruit gaat 2. Vlamingen en hun verplaatsingsgedrag.

Van januari 2000 tot januari 2001 bracht de Mobiliteitscel voor tweede maal het verplaatsingsgedrag in Vlaanderen in kaart. De resultaten van dit onderzoek werden in mei 2005 samengevat in de brochure 'Hoe het vooruit gaat 2. Vlamingen en hun

verplaatsingsgedrag: stand in 2000'. Via de Vlaamse portaalsite kan deze publicatie gratis besteld worden.

Projectenboek 'Dag zonder auto mobiel in de stad en Open Straatdag'

De openbare ruimte moet weer een sociale ruimte worden. Dit projectenboek geeft voorbeelden van smaakmakende projecten in Vlaamse steden en gemeenten die ervoor kunnen zorgen dat de straat weer een ontmoetingsplaats wordt. Het kan besteld worden op www.mobielvlaanderen.be.

Verkeersveiligheid motorrijders

Eén van de belangrijkste doelstellingen van het mobiliteitsbeleid is het verhogen van de verkeersveiligheid. Uit een analyse van de risicogroepen blijkt dat het risico op een ongeval met dodelijke of met een ernstige afloop het grootst is bij de gemotoriseerde tweewielers. In opdracht van de Mobiliteitscel van de Vlaamse overheid heeft vzw Motorcycle Action Group in 2002 en 2003 een aantal studies uitgevoerd. De resultaten van deze studies vormen o.m. het uitgangspunt om in het schooljaar 2005-2006 gerichte acties te voeren naar scholen. Deze zullen erop gericht zijn om de rijvaardigheid van jonge bromfietsgebruikers te verbeteren.

Kwaliteitsmerk voor snelwegparkings



De Vlaamse overheid geeft de snelwegparkings voor langere tijd in concessie aan commerciële bedrijven, zoals benzinestations, restaurants of motels. De kwaliteit van de dienstverlening laat echter vaak te wensen over. Daarom werd besloten om een kwaliteitssysteem te ontwikkelen en jaarlijks een Kwaliteitsmerk toe te kennen. In juli en augustus 2004 organiseerde de administratie Wegen en Verkeer een enquête bij 1.500 gebruikers van de snelwegparkings. Zij bleken vooral belang te hechten aan netheid en veiligheid. Ook de toegankelijkheid van een shop en de informatie bij het tanken scoorden hoog. Voor elke faciliteit (rusten, tanken, sanitair, shop, eten, motel) werd een checklist opgesteld met tientallen facetten van de dienstverlening. Aan de hand van die checklists voert een erkend organisme inspecties uit. In 2004 werd elke parking minstens vier keer geïnspecteerd, telkens ook's nachts en in het weekend. Eind 2004 was alles rond. Het resultaat is dat 10 snelwegparkings een jaar lang het Kwaliteitsmerk 2005 mogen voeren. Het Kwaliteitsmerk 2005 werd met de nodige luster uitgereikt aan de winnende concessiehouders. Het is herkenbaar aan het blauwwitte logo met regenboog. De 10 snelwegparkings kregen een aantal 'verkooppuntmaterialen' zoals folders, windmasters, table tops, ... waarmee ze hun kwaliteit in de verf konden zetten. In juni 2005 zijn de parkings opnieuw grondig geïnspecteerd.

Het strategisch plan voor de haven van Brugge-Zeebrugge

In december 2004 was het Strategisch Plan voor de haven van Brugge-Zeebrugge klaar. Het Strategisch Plan omvat twee delen: een streefbeeld en een actieplan. In het streefbeeld staat de economische ontwikkeling centraal. Het actieplan geeft aan op welke manier het streefbeeld concreet kan worden gerealiseerd. In de vorm van 13 kernbeslissingen geeft het plan aan wat er verder moet gebeuren om op de verwachte groei in te spelen. De opmaak van het Strategisch Plan nam bijna vier jaar in beslag. Dat is niet verwonderlijk want aan de integratie van economische, ecologische en sociale aspecten is heel wat overleg en onderzoek voorafgegaan. Het

plan bevat een goed overzicht van streefbeeld en actieplan en is te raadplegen op www.vlaanderen.be/zeehavens/zeebrugge.

6.7.2.6 Administratie Ondersteunende Studies en Opdrachten (AOSO)

Flitspalen

Flitspalen zijn cruciaal voor de verkeersveiligheid. Binnen- en buitenlandse studies bevestigen dat flitspalen een statistisch significante bijdrage leveren tot de afname van het aantal ongevallen met doden en zwaargewonden. Zonder rekening te houden met andere invloedsfactoren daalt dankzij de flitspalen het aantal letselongevallen afhankelijk van de locatie met circa 30%. Het aangepaste rijgedrag zorgt voor een verhoogde verkeersveiligheid. Een goede reden om er over te communiceren. De overzichtskaart met de locatie van de flitspalen is sinds begin februari 2004 te raadplegen via de site: <http://www.mobielvlaanderen.be/flitspalen>. Per provincie geeft een geactualiseerde kaart de plaatsing van de camera's aan. Daarnaast biedt de website ook heel wat achtergrondinformatie over flitspalen. De site kent een heel grote belangstelling. De administratie Ondersteunende Studies en Opdrachten actualiseert de website telkens er nieuwe flitspalen komen. AOSO zorgt voor de opmeting van het kruispunt, de intekening van de flitspaal en de detectielussen, begeleidt de werkzaamheden en coördineert het homologatietraject. De administratie verzorgt eveneens het onderhoud en de herstelling van de flitspalen en de camera's.

Toepassingen van AOSO tijdens de Vlaanderendag 2004 gecentraliseerd in Brussel

AOSO maakte van de Vlaanderendag 2004 gebruik om haar producten en dienstverlening deze keer in Brussel in de kijker te stellen. Dat leverde lokale persbelangstelling op. In het Ferrarisgebouw werden verschillende stands en interactieve toepassingen opgesteld. Zo kregen de bezoekers de mogelijkheid om ter plaatse luchtfoto's van hun eigen leefomgeving te consulteren op groot scherm bij

de toelichting over digitale luchtfotogrammetrie van de afdeling Algemene Technische Ondersteuning (ATO). Bij de stand van DOV, of Databank Ondergrond Vlaanderen, konden geïnteresseerden terecht voor het raadplegen van de gegevens uit grondanalyses in de eigen buurt. De DOV-website stelt via eenvoudige bevraging de resultaten van boringen, sonderingen, peilputten en/of grondwaterwinningen in een zelf gedefinieerd interessegebied (via gemeente, coördinaten of kaartblad) ter beschikking. De afdeling Geotechniek leverde een bijdrage over het C-Powerproject. Dit project betreft de bouw van een farshore windmolenpark op de oostelijke zijde van de Thorntonbank, gelegen op zo'n 30 km in de Noordzee. De nadruk lag hier vooral op de grondonderzoeken die de afdeling Geotechniek uitvoerde in de Noordzee vanop het hefplatform Vagant. Deze stand liet de burger een mooi staaltje zien van een unieke realisatie. Buiten stonden bovendien een aantal types boor- en sondeerwagens opgesteld. Tot slot ontbraken in het kader van de verkeersveiligheid ook de flitspalen en de wegverlichting niet. Bij de flitspalen kwamen de werking en de procedure van flits tot proces-verbaal aan bod. De stand over wegverlichting stelde een aantal van de in realiteit toegepaste verlichtingstechnieken voor met hun bijhorende lampen en palen. De voorstelling maakte voor iedereen duidelijk dat wegverlichting een belangrijke veiligheidsfactor is op de weg en dat ook op dat vlak weloverwogen beslissingen worden genomen.

6.7.2.7 Administratie Wegen en Verkeer (AWV)



Zoals de voorgaande jaren werden opnieuw een reeks mobiliteitscampagnes opgezet, telkens met een affiche langs de autosnelwegen en de gewestwegen vergezeld van een tijdschriftadvertentie of radiospot en artikelen in Uitweg, het blad voor een betere mobiliteit. De campagnethema's medio 2004 - medio 2005 waren: Ozonvriendelijk rijgedrag, Verslaafd aan de wagen, Verantwoord rijgedrag bij wegenwerken, Winterdienst, Werken aan de Antwerpse Ring, Week van de Zachte Weggebruiker.



In 2004 liet de administratie een effectmeting uitvoeren van de campagne 'Verantwoord rijgedrag bij wegenwerken'. Daaruit bleek dat de campagne door 50% 'goed' tot 'heel goed' werd bevonden, door nog eens 30% 'eerder goed'. Parameters die 70% of hoger scoorden waren sympathiek, gemakkelijk te begrijpen, nuttig, origineel, geloofwaardig en consistent. In vergelijking met andere campagnes van de Vlaamse overheid bleek deze campagne vooral creatief en onderhoudend.

Al enkele jaren werkt de administratie Wegen en Verkeer aan het Masterplan Antwerpen, in samenwerking met De Lijn, de NMBS, de Stad Antwerpen, de afdeling Elektriciteit en Mechanica Antwerpen en de afdelingen Zeeschelde en Maas & Albertkanaal. Het Masterplan Antwerpen moet de verkeersknoop in en om Antwerpen ontwarren en zet daartoe in de komende tien jaar belangrijke infrastructuurwerken op het programma. Om dat in goede banen te leiden, werd de Beheersmaatschappij Antwerpen Mobiel (BAM) opgericht. Een extern communicatiebureau is belast met de opdracht om het draagvlak

voor de verschillende deelprojecten te versterken. De administratie Wegen en Verkeer maakt deel uit van de Stuurgroep Communicatie die waakt over de concrete uitvoering van het communicatieplan.

Jaarlijks organiseert de vzw Komimo voor de administratie Wegen en Verkeer twee grote sensibiliserende campagnes. In mei vindt de 'Week van de Zachte Weggebruiker' plaats en in september de 'Week van Vervoering'. Deze initiatieven willen het gebruik van alternatief en gemeenschappelijk vervoer aanmoedigen. Tijdens de Week van Vervoering 2004 werd opnieuw aangesloten bij de Europese dag 'Zonder auto Mobiel in de Stad'. Ze werd ondersteund door een ruime mediacampagne. De Week van de Zachte Weggebruiker 2005 was aan haar 10de editie toe en stond in het teken van het thema: 'Slim mobiel'. De draagkracht van heel wat van de campagnes en projecten die in het kader van de Weken worden opgezet, is aanzienlijk. Zo zijn er de klassiekers zoals 'Met Belgerinkel naar de Winkel', 'Veilig en Milieuvriendelijk naar School', 'Erewimpel voor de meest Voetgangersvriendelijke gemeente', 'Fietsen naar Kyoto', enz. De 10de Week was een echte feesteditie die bekroond werd met een verrassende rondetafelconferentie in het Vlaams Parlement. Terug- en vooruitblikken over 10 jaar Zachte Weggebruiker zijn gebundeld in de handige brochure 'Feestmoment in het Vlaamse Parlement'. Beide Weken worden ondersteund door nieuwsbrieven, www.komimo.be en door het tijdschrift 'Uitweg, het blad voor een betere mobiliteit'.

6.7.2.8 Gezamenlijke informatie- en sensibiliseringsprojecten van de administraties 'Ondersteunende Studies en Opdrachten' (AOSO) en 'Wegen en Verkeer' (AWV)

Het Vlaams Verkeerscentrum ontwikkelt initiatieven die de veiligheid van de weggebruiker bevorderen en zijn mobiliteit verbeteren. AOSO en AWV zijn de motoren van dit centrum.

Aan het verkeersgeleidingssysteem op de Antwerpse Ring werd in 2004 stevig verder gewerkt. Dit systeem omvat automatische detectie van incidenten op de weg met behulp van camera's en het inzetten

van borden met veranderlijke aanduidingen boven de weg. Zo kan dynamisch worden ingespeeld op de actuele verkeerssituatie op de hoofdwegen. De borden waarschuwen bijvoorbeeld voor files of adviseren weggebruikers alternatieve reismogelijkheden te gebruiken. Dankzij een continue reistijdberekening op de Ring (in ontwikkeling) weet de weggebruiker altijd wat de snelste route om Antwerpen is (rijrichting 1 of 2). Sinds de lente van 2004 werd in de Antwerpse regio eveneens rijstrooksignalisatie geïntroduceerd: met portalen boven de weg wordt in functie van de hoogte van de verkeersdruk filebeveiliging en snelheidsharmonisatie toegepast. Sinds de herfst van 2004 verzorgt het centrum ook de detectie van incidenten op de Ring van Brussel. De ingebruikname van borden met veranderlijke aanduidingen in Lummen en de regio van Gent laten toe weggebruikers in de diepte via Antwerpen of Brussel om te leiden. Meldingen over ongevallen en files worden via een nieuw verkeersinformatiesysteem automatisch doorgezonden naar weggebruikers die in de wagen over een RDS-TMC-module beschikken en naar de website voor actuele verkeersinformatie (www.verkeerscentrum.be).

De renovatie van de Ring Antwerpen (gestart in juni 2004) bracht nieuwe uitdagingen. In het Verkeerscentrum werken de Vlaamse overheid en de politiediensten samen om verkeersmaatregelen op het snelwegennet en de lokale stedelijke verkeersassen op elkaar af te stemmen. De combinatie van cameradetectie en de ogen van politiemensen op het terrein staat garant voor een verhoogde kwaliteit op het gebied van verkeersinformatie. Sinds de laatste maanden van 2004 worden concrete voorbereidingen getroffen om de samenwerking met de politiediensten op deze wijze over heel Vlaanderen uit te breiden. Dit zal bijvoorbeeld een gunstige invloed hebben op de informatievoorziening over en afhandeling van ongevallen op het hoofdwegennet. Tijdens de werkzaamheden aan de Ring vaardigden de verkeersredacties van VRT, Q-Music en Traffic FM ook medewerkers af naar het Verkeerscentrum om zeer snel en rechtstreeks te kunnen berichten over de verkeerssituatie in het Antwerpse.

De ingebruikname van een centrale informatiedatabank voor wegwerkzaamheden op gewestwegen stelt het verkeerscentrum sinds kort in staat om betrouwbare gegevens aan te bieden aan weggebruikers en service providers. In 2005 wordt de informatie ook automatisch doorgelinkt naar de website www.verkeerscentrum.be. Deze website bevat twee nieuwe functionaliteiten. Sinds maart 2005 is de real time verkeersinformatie die al kon geraadpleegd worden op de website, nu ook beschikbaar via Spitsmail, een gepersonaliseerde e-mailservice. Sinds kort kunnen op de website ook camerabeelden over de reële verkeerssituatie op 11 plaatsen in de Antwerpse regio en op vijf plaatsen in de Brusselse regio live worden bekeken. In de toekomst wordt de selectie van beelden op de website verder uitgebreid met meer beelden uit de regio Brussel en beelden van de regio's Gent en Lummen.

7/ Metingen

De strakke begrotingsnorm die de Vlaamse Regering zich bij haar aantreden heeft opgelegd, heeft zowel voor pretesting als voor effectmeting belangrijke gevolgen gehad.

De budgettaire maatregelen van de vorige Vlaamse Regering hadden er ook al voor gezorgd dat er vanaf augustus 2003 minder metingen werden uitgevoerd. Aan de andere kant is het aantal campagnes in de tweede helft van 2004 en de eerste helft van 2005 eveneens beperkt geweest.

Er zijn slechts twee effectmetingen uitgevoerd in het najaar van 2004. De campagne 'Energiesparen' en de campagne 'Rijgedrag bij wegenwerken'. In de eerste helft van 2005 werden geen metingen uitgevoerd.

7.1 Pretesting en effectmeting

De methodiek inzake pretesting en effectmeting werd uitvoerig toegelicht in het Jaarverslag 2002 van de Informatieambtenaar (pp. 56-57). Daarom wordt er hier slechts een kort relaas over gegeven. Pretesten worden afgenomen via kwalitatief marktonderzoek. Per getest communicatieproduct worden twintig respondenten ondervraagd uit de doelgroep die de campagne beoogt. De interviews gebeuren face-to-face bij de respondenten thuis met behulp van een draagbare pc en nemen ongeveer een halfuur in beslag. Bij een effectmeting (kwantitatief onderzoek) worden 1.000 respondenten ondervraagd (500 voor de nulmeting en 500 voor de eenmeting). Daarbij wordt eveneens gebruik gemaakt van de zogenaamde CAPI-technologie, waarbij respondenten thuis worden ondervraagd met behulp van een draagbare pc en een elektronische vragenlijst.

De resultaten van een pretest zijn na één week beschikbaar, die van een effectmeting na drie weken. Sinds de invoering van de meettechnieken werden 20 pretesten en 12 effectmetingen georganiseerd. Alle verzamelde data worden opgeslagen in

een datawarehouse van meetgegevens. Het is de bedoeling om via dit bestand op middellange termijn, d.i. wanneer er een voldoende groot aantal metingen werden uitgevoerd om valide uitspraken te kunnen doen, campagnes met elkaar te vergelijken en te analyseren welke campagneaanpak bij welke doelgroep het gewenste effect resorteert. Het spreekt voor zich dat, hoe minder metingen worden uitgevoerd, het langer zal duren vooraleer de datawarehouse een voldoende aantal metingen bevat om valide uitspraken te kunnen doen.

7.2 Meetresultaten

7.2.1 Herkenning en herinnering

In de eerste plaats wordt gepeild naar de spontane, niet-geholpen herinnering van overheids campagnes 40,8% van de Vlamingen geeft aan dat ze al wel campagnes van de Vlaamse overheid hebben opgemerkt. 33% geeft verder aan een boodschap van de overheid gehoord of gezien te hebben in de laatste 6 weken. Dit is de laagste score sinds het begin van de effectmetingen.

Vervolgens wordt de herkenning van campagne-elementen onderzocht. Gemiddeld genomen werd 41% van de Vlamingen bereikt met deze campagnes. Bijna 53% kon tevens de juiste overheid toekennen aan de campagne. Indien dit wordt vergeleken met commerciële campagnes van dienstenbedrijven, kan worden gesteld dat de geteste overheids campagnes t.o.v. deze referentiebasis beter presteren op het vlak van bereik, maar als gemiddeld kunnen worden beschouwd wat betreft attributie.

7.2.2 Beoordeling van de campagnes

De globale waardering van de campagnes is overwegend positief. 70% van de respondenten geeft een score van positief of zeer positief.

De campagnes worden vooral als gemakkelijk te begrijpen, geloofwaardig en gepast gepercipieerd.

7.2.3 Perceptie van de Vlaamse overheid

57% van de Vlamingen heeft interesse in informatie vanwege de overheid. Er is een dalende trend in de mate waarin de burger geïnteresseerd is in informatie van de overheid sinds het begin van de metingen (meer dan 65%). Er is wel een duidelijk verschil waarneembaar tussen diegenen die campagnes herkenden en diegenen die dat niet deden.

86% van de Vlamingen vindt het belangrijk dat de overheid haar burgers informeert. De verstrekte informatie wordt door iets meer dan de helft (56%) van de Vlamingen als nuttig ervaren.

Overheidsinformatie komt voor 49% van de respondenten geloofwaardiger over dan commerciële boodschappen. 44,5% van de Vlamingen vindt dat informatie van een krant of het nieuws objectiever is dan informatie van de overheid.

De geprefereerde kanalen om op de hoogte te blijven zijn nationale tv (60,5%), kranten (41%), regionale tv (33%) en radio (25,5%). De nieuwe media met e-mail (7%) en internet (10,5%) scoren hier het laagst.

Het imago van de Vlaamse overheid is nog altijd het beste (gemiddelde score van 45%) t.o.v. de andere overheden (gemeentelijk, provinciaal, federaal, Europees). De hoogste scores krijgt de Vlaamse overheid op volgende parameters: modern (48%), oog voor problemen (48%), vooruitstrevend (46%) en toekomstgericht (46%). Op gebied van flexibiliteit (35%) en nabijheid bij de burger (35%) scoort de Vlaamse overheid minder.

De Vlaamse overheid wordt beschouwd als de overheid die het meeste inspanningen doet om haar burgers te informeren (37,8% t.o.v. 21,7% voor gemeentebesturen en 8,2% voor de federale overheid).

daaraan gekoppeld de hogere graad van respons. Het belangrijkste nadeel is evenwel de vergelijkbaarheid met vroeger verzamelde gegevens (via de oude methode). Zoals al vermeld in het Jaarverslag van de Informatieambtenaar 2003-2004 is een wijziging van methodiek bij de Vlaamse overheid vooralsnog niet aan de orde. Een en ander zal evenwel in het komende werkjaar grondig worden bekeken naar aanleiding van de zoektocht naar een nieuwe dienstverlener die de marktonderzoekstaken voor zijn rekening zal nemen. Deze zoektocht moet afgerond zijn tegen het einde van 2007 wanneer het contract met de huidige dienstverlener afloopt.

7.3 Houdbare methodiek?

Er bestaan naast de face-to-face interviews ook heel wat andere, nieuwe methoden van bevraging. Zoals internet of telefonische bevraging. Elk van die methode heeft zijn voor- en nadelen. Het belangrijkste voordeel is de kostenreductie (30% t.o.v. CAPI) met

8/ Communicatiebudget

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

8.1 Budget in 2004

- basisallocatie 12.11: 590.000 euro voor allerhande uitgaven in verband met algemene en/of gemeenschappelijke manifestaties, interne en externe communicatie;
- basisallocatie 12.12: 927.000 euro voor allerhande uitgaven i.v.m. intranet/internet;
- basisallocatie 12.14: 500.000 euro voor allerhande uitgaven in het kader van het project Kleurrijk Vlaanderen;
- basisallocatie 12.15: 160.000 euro voor allerhande uitgaven i.v.m. de centrale bibliotheek van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap;
- basisallocatie 12.17: 81.000 euro voor allerhande uitgaven i.v.m. de Vlaamse Infolijn;
- basisallocatie 12.20: 7.305.000 euro voor allerhande uitgaven i.v.m. informatie- en sensibiliseringscampagnes;
- basisallocatie 12.24: 308.000 euro voor allerhande uitgaven i.v.m. de elektronische knipselkrant Mediargus;
- basisallocatie 12.28: 125.000 euro voor allerhande uitgaven i.v.m. de communicatie m.b.t. beter bestuurlijk beleid (BBB);
- basisallocatie 33.11: 50.000 euro voor een subsidie aan de vereniging voor overheidscommunicatie (Kortom).

8.2 Budget in 2005

- basisallocatie 12.11: 490.000 euro voor allerhande uitgaven in verband met algemene en/of gemeenschappelijke manifestaties, interne en externe communicatie;
- basisallocatie 12.12: 892.000 euro voor allerhande

uitgaven i.v.m. intranet/internet;

- basisallocatie 12.15: 200.000 euro voor allerhande uitgaven i.v.m. de centrale bibliotheek van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap;
- basisallocatie 12.16: 1.134.000 euro voor allerhande uitgaven in het kader van de organisatie van de feestelijkheden naar aanleiding van de viering van 175 jaar België – 25 jaar federalisme in 2005;
- basisallocatie 12.18: 200.000 euro voor allerhande uitgaven in verband met de centrale organisatie van de Vlaanderendag 2005;
- basisallocatie 12.20: 3.059.000 euro voor allerhande uitgaven i.v.m. informatie- en sensibiliseringscampagnes;
- basisallocatie 12.24: 312.000 euro voor allerhande uitgaven i.v.m. de elektronische knipselkrant Mediargus;
- basisallocatie 33.11: 50.000 euro voor een subsidie aan de vereniging voor overheidscommunicatie (Kortom).

8.3 Voornaamste evoluties

Een voor de Vlaamse overheidscommunicatie opvallende en te betreuren evolutie is het verder terugschroeven van het centrale communicatiebudget (b.a. 12.20) van 8,8 miljoen euro in 2003 over 7,3 miljoen euro in 2004 tot 3,1 miljoen euro in 2005. Hoewel begrip kan worden opgebracht voor noodzakelijke besparingen, wenst de voorlichtingsambtenaar zijn bezorgdheid te uiten over deze voorlopig blijkbaar niet te stuiten evolutie. Als de Vlaamse Regering haar overheidscommunicatie verder wil professionaliseren en de positieve tendens uit het verleden wil verder zetten, zullen – niet alleen centraal maar in alle departementen – daarvoor de nodige budgetten moeten voorzien worden. Duidelijke beleidskeuzes zullen moeten genomen worden. Ofwel blijft men voorstander van een kwalitatieve en professioneel georganiseerde overheidscommunicatie en engageert men zich om daarvoor de nodige kredieten te voorzien. Ofwel worden de ambities naar beneden bijgesteld. In dit opzicht laten de besprekingen over de begroting van 2006 alvast het ergste vermoeden.



Eveneens blijvend zorgwekkend is de evolutie van basisallocatie 12.11 waarvan het budget in 2004 werd gehalveerd naar 590.000 euro en waarop in 2005 nogmaals 100.000 euro extra werd bespaard. Op deze kostenpost worden onder andere drukwerken, tentoonstellingen, deelnames aan beurzen, fotografen, evenementen, etc. betaald.

9/ Contactpunt Vlaamse Infolijn

Op 1 februari 2004 besliste de toenmalige Vlaamse Regering om de projecten Vlaamse Infolijn, E-government en Kleurrijk Vlaanderen te integreren in een overkoepelend project met de voorlopige naam 'Contactpunt Vlaanderen'. Dit contactpunt zou de opdracht krijgen om het unieke informatie- en interactieloket voor burgers, bedrijven en voorzieningen verder uit te bouwen. Het was een logische stap in de verdere evolutie van de Vlaamse Infolijn om te vermijden dat er twee overheidsloketten zouden uitgebouwd worden: één in het kader van een klantencontactcentrum, en één in het kader van het e-governmentprogramma. Bij het aantreden van de nieuwe Vlaamse Regering in de zomer van 2004 werd het profiel van 'Contactpunt Vlaanderen' scherper afgelijnd. Voor de coördinatie van backoffice e-governmentprojecten werd een afzonderlijke cel opgericht, terwijl het beheer van frontoffice e-governmentprojecten terecht kwam bij de Vlaamse Infolijn, dat omgedoopt werd tot Contactpunt Vlaamse Infolijn.

Het Contactpunt Vlaamse Infolijn kanaliseert vragen en informatie in verband met de Vlaamse overheid, van en naar burgers, bedrijven en voorzieningen. Deze communicatie wordt gevoerd en ondersteund via meerdere kanalen, met name telefoon, e-mail, brief, fax, chat en internet. Bovendien wordt de voorlichting en communicatiewijze afgestemd op de behoeften van de specifieke doelgroepen.

Zo werkt het Contactpunt Vlaamse Infolijn in samenwerking met de verschillende diensten van de Vlaamse overheid mee aan de uitbouw van een klantgerichte en kostenbewuste dienstverlening, die zichzelf op innoverende wijze voortdurend verbetert en aanpast aan de veranderende omgeving.

9.1 Historiek

Op 10 maart 1999 ging de Vlaamse Infolijn van start, met als doel de burger beter bekend maken met de Vlaamse overheid. Ze zou snel uitgroeien tot een toegankelijke en betrouwbare gids door de overheid, een telefonische balie voor wegwijsvragen of eerstelijnsinformatie en daarnaast ondersteuning bieden aan het voorlichtingsbeleid van de Vlaamse overheid.



De Vlaamse Infolijn

0800-3 02 01 

elke werkdag tussen 9 en 19 uur

Op amper vijf jaar tijd beleefde deze nieuwe dienstverlening een explosieve groei. Sinds 1999 steeg het aantal oproepen van 57.000 tot 1.027.426 per jaar, bij benadering 3.700 per dag. De Vlaamse Infolijn was en is in de eerste plaats een informatietelefoon dienst voor de Vlaamse burger. Een gemakkelijk te onthouden en sterk gepromoot gratis nummer (0800-3 02 01) - elke werkdag te bereiken van 9 tot 19 uur - staat borg voor een uiterst lage drempel. Korte wachttijden, goed opgeleide operatoren en een krachtig, altijd actueel kennissysteem zorgen ervoor dat de klant in bijna alle gevallen snel een duidelijk en correct antwoord krijgt.

Toch was de Vlaamse Infolijn van meet af aan meer dan een callcenter. De burger kon er immers ook via andere kanalen een beroep op doen, waarbij vooral de rol van het internet met de jaren steeds belangrijker werd. Dat de Vlaamse Infolijn intussen veel meer is dan een telefoonlijn, blijkt ook uit de erkenning die het van Agoria kreeg begin december 2004 op het tweede E-gov Congres van TMAB. Een professionele jury beloofde het project met een e-government award voor het beste frontofficeproject in Vlaanderen. De jury prees de klantgerichtheid in de werking van de Vlaamse Infolijn en de volwaardige multikanaalbenadering.

Eerder al werd de Vlaamse Infolijn geselecteerd als voorbeeld van 'goede praktijk' voor de België-

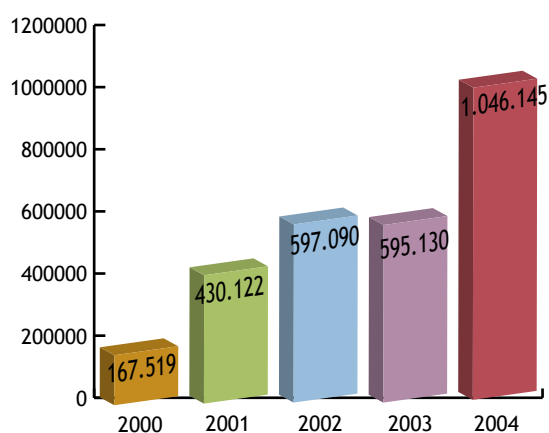
sche Kwaliteitsconferentie voor Overheidsdiensten (2003), en bekroond met de zilveren 'Contact Center Award 2002', toegekend door de Belgische afdeling van het Institute for International Research.

Voor de Vlaamse Infolijn zijn deze erkenningen het bewijs dat werken aan het klantgericht uitbouwen van overheidsdienstverlening loont. Als jong klantencontactcentrum kan de Vlaamse Infolijn wedijveren met commerciële initiatieven die veel meer jaren ervaring hebben. Als overheidsdienst vervult de Vlaamse Infolijn zelfs een Europese pioniersrol, door de nauwe integratie met internettechnologie, waarvan de chat- en co-browsefunctie het meest tot de verbeelding spreken.

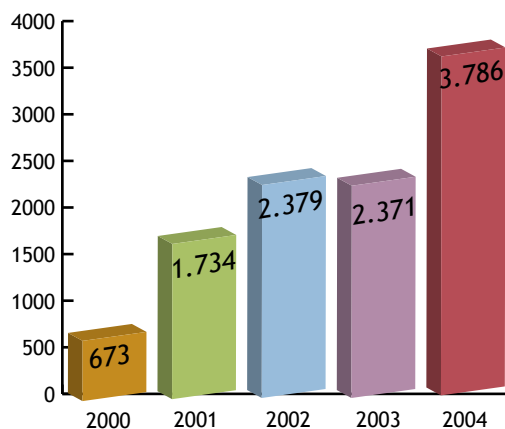
9.2 Werkingsresultaten in 2004

In 2004 kreeg het Contactpunt Vlaamse Infolijn 1.027.426 telefonische oproepen te verwerken. In 2003 waren dat er 583.464. Daarnaast waren er 15.748 schriftelijke vragen (via mail, fax of post). Het totale aantal contacten in 2004 voor het Contactpunt Vlaamse Infolijn bedroeg daarmee 1.046.145, dat betekent een gemiddelde van 3.786 contacten per dag.

Totaal aantal contacten Vlaamse Infolijn per kalenderjaar



Gemiddeld aantal contacten/dag Vlaamse Infolijn per kalenderjaar



82,17% van de oproepen werd binnen de 30 seconden behandeld, terwijl het aantal voorlichters aan de telefoon steeg van 48 voltijds equivalenten in 2003 tot 83 in 2004. Bij een klantenonderzoek in 2004 verklaarde 83% van de gebruikers zich tevreden of zeer tevreden over de dienstverlening van de Vlaamse Infolijn.

Waar tijdens het eerste werkingsjaar acht op de tien vragen betrekking hadden op de Vlaamse overheid, liep dit in 2004 op tot 92,5%. Vragen over de federale overheid daalden van 13,5% in 1999 tot ongeveer 5% in 2004.

De voornaamste sectoren waarop de gestelde vragen betrekking hadden, waren in 2004, in dalende orde: onderwijs (33%), belastingen (20%), wetenschap, technologie en energie (9%), werkgelegenheid (6%) en bouwen en wonen (5%). De opvallend hoge scores voor onderwijs en belastingen hebben ongetwijfeld te maken met het feit dat de Vlaamse Infolijn ook instaat voor de afhandeling van oproepen voor thematische infolijnen zoals de dossierlijn Studietoelagen en de Vlaamse Belastinglijn.

Daarnaast werd de Vlaamse Infolijn tijdens de jaarwisseling actief ingeschakeld in de grote Tsunami 12-12 slotshow, ten voordele van de slachtoffers van de vloedgolf in Azië.

De Vlaamse Infolijn is het voorbije jaar ook sterk verbeterd op vlak van kwaliteit en klantgerichtheid. Dit kon enkel door continue feedback van de voorlich-

ters die de telefonische oproepen beantwoorden. Het aantal direct beantwoorde vragen steeg dan ook van 84% in het eerste werkingsjaar, naar 96,8% van het totale aantal oproepen in 2004. De toename van de gemiddelde gespreksduur van 89 seconden in 1999 tot 173 seconden in 2004 houdt verband met de verschuiving van loutere wegwijsinformatie naar meer inhoudelijke eerstelijnsinformatie.

9.3 Ondersteuning van campagnes

De Vlaamse Infolijn wordt steeds vaker ingeschakeld voor de ondersteuning van mediacampagnes van de Vlaamse overheid. Het dienstenpakket dat zij de organisatoren van campagnes daarbij aanbiedt, gaat van het verzorgen van het telefonische onthaal en het noteren van bestellingen voor brochures en gadgets, tot het geven van eerstelijnsinformatie in het kader van de campagne en het rapporteren aan het zenuwcentrum. In 2000 werd de Vlaamse Infolijn ingeschakeld voor 25 campagnes, terwijl dit in 2004 opliep tot 100 campagnes.

De campagnes die in 2004 het grootste aantal oproepen bij de Vlaamse Infolijn genereerden waren onder meer de oprichting van het Contactpunt Wonen (3.563 oproepen), de campagne rond de Verzekering Gewaarborgd Wonen (3.523 oproepen), Groene fiscaliteit II (2.205 oproepen), de campagne 'Evenwicht tussen werk en gezin' (1.673 oproepen) en de campagne rond Opleidingcheques (1.210).

9.4 Andere infolijnen adviseren en ondersteunen

Het Contactcentrum Vlaamse Infolijn besteedt heel wat tijd aan het adviseren van overheidsdiensten die hun telefonische dienstverlening willen verbeteren of een telefonische informatielijn willen oprichten. In 2002 besloot de toenmalige Vlaamse Regering dat andere infolijnen bij voorkeur volledig in het klantencontactcentrum moeten worden geïntegreerd. Ze kunnen in ieder geval een beroep doen op alle onderdelen van de organisatie, zoals het

callcenter, de voorlichters, het kennissysteem en de medewerkers van het middle-office. Naast de diensten van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap adviseert de Vlaamse Infolijn ook Vlaamse Openbare Instellingen – De Lijn, Kind en Gezin, het VIZO, enzovoort –, lokale besturen en buitenlandse overheden. De vraag komt in de meeste gevallen van de betrokken overheidsdiensten zelf. Die adviesrol is in de loop der jaren sneller gegroeid dan verwacht en is geëvolueerd tot een volwaardige opdracht van het contactcentrum. Het aantal info-, thema- en sectorale lijnen die deels of volledig door de Vlaamse Infolijn worden beheerd steeg van 5 in 1999 tot 14 in 2004.

9.5 Verdere uitbating en ontwikkeling

Het Contactpunt Vlaamse Infolijn moet de komende jaren verder worden uitgebouwd tot het centrale, geïntegreerde klantencontactcentrum van de Vlaamse overheid. Ze moet het unieke contactpunt blijven voor de overheid naar burgers en voor burgers naar de overheid.

Al in 2004 was een sterk toegenomen interesse naar meer geïntegreerde dienstverlening met de Vlaamse Infolijn merkbaar. Ook de komende jaren zal dit thema de grote uitdaging blijven. Hoe meer diensten zich aansluiten bij het Contactpunt Vlaamse Infolijn voor het beheer van hun klantencontacten, hoe klantvriendelijker en transparanter de Vlaamse overheid haar dienstverlening tot bij de burger brengt.

Om die uitbouw te realiseren zijn stevige fundamenteen nodig. Om die reden onderging het klantenregistratiesysteem van de Vlaamse Infolijn in 2004 een metamorfose, waardoor het nu klaar is om uitgerold te worden naar steeds meer diensten van de Vlaamse overheid. Het systeem bewaart welke informatie wordt opgevraagd, wat waardevolle gegevens oplevert over de meest bevroegde domeinen, de meest gestelde vragen aan de Vlaamse Infolijn, en de meest gezochte informatiescripts op de website. Toch blijft het bewaken van de operationele

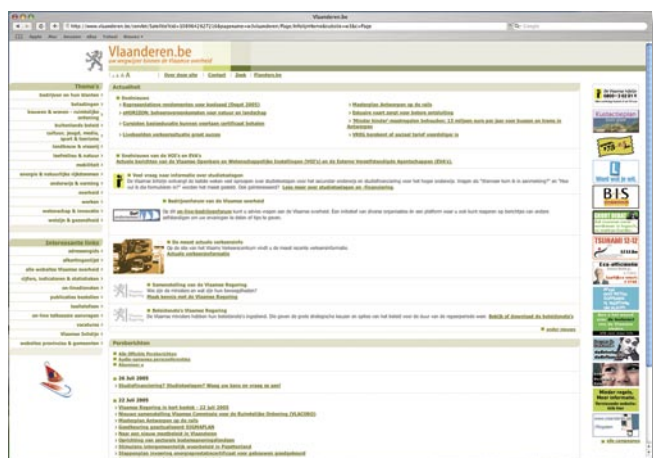
processen van het klantencontactcentrum en het onderliggende systeem één van de belangrijkste uitdagingen. Een stijging in klantencontacten mag in geen geval aan de kwaliteit van de dienstverlening raken. Om het beheer en de kwaliteit van deze steeds toenemende dienstverlening te kunnen opvolgen, werd dan ook extra personeel aangeworven binnen het projectteam van het Contactpunt Vlaamse Infolijn.

9.6 Vinger aan de pols voor nieuwe kanalen

Het Contactpunt Vlaamse Infolijn beheert ondertussen een behoorlijk aantal communicatiekanalen: telefoon, fax, brief, e-mail, de portaalsite www.vlaanderen.be (behalve het persberichten- en campagne gedeelte), chat en co-browse. Toch blijft een vlotte bereikbaarheid van overheidsinformatie een van de belangrijkste bekommernissen van de Vlaamse Infolijn. Daarom werden in 2004 experimenten opgestart met de Vlaamse Infomobiel en interactieve, digitale televisie (iDTV). Via de Infomobiel wil de Vlaamse Infolijn, samen met andere Vlaamse overheidsdiensten en lokale besturen, de man in de straat op de hoogte houden van overheidsinformatie en –publicaties die voor hen nuttig kunnen zijn. Tijdens het proefproject, dat liep van mei tot december 2004, werd de Infomobiel ingezet voor promotionele doeleinden en voor het verstrekken van algemene eerstelijnsinformatie. In 2005 wordt het project Infomobiel geëvalueerd en wordt er samen met de beleidsmakers bekeken hoe het verder kan worden uitgebouwd. Daarnaast bracht de Vlaamse Infolijn in het kader van een proefproject haar informatieaanbod, waaronder de veelgestelde vragen, op iDTV zodat ook televisiekijkers delen uit het kennissysteem van de Vlaamse Infolijn kunnen raadplegen. Dankzij dit proefproject kon de Infolijn ervaring opdoen met dit nieuwe medium, de doelgroep en de technologie. In 2005 zal ook dit proefproject verder geëvalueerd en bijgestuurd worden om in de nabije toekomst de televisiekijker zo goed mogelijk te kunnen informeren over overheidsmateries.

Ook in de toekomst moet het Contactpunt Vlaamse Infolijn de vinger aan de pols houden op vlak van nieuwe communicatiekanalen, om zo de Vlaamse overheid en haar diensten optimaal bereikbaar te maken. Enkele van de nieuwe mogelijkheden die zich aandienen, zijn het zenden van SMS-berichten en het gebruik van een voice-portal. Beiden zijn bedoeld om de drempel voor burgers om in contact te treden met de Vlaamse overheid nog meer te verlagen.

10/ De portaalsite van de Vlaamse overheid

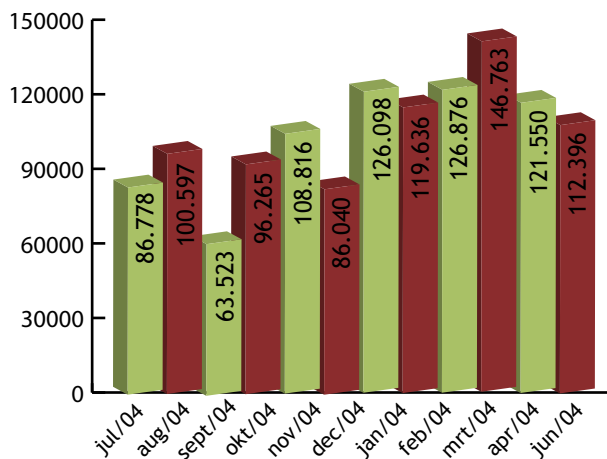


Op 18 januari 2005 werd een nieuwe versie van de portaalsite gelanceerd. De grootste wijziging ten opzichte van de versie daarvoor is de wijze waarop de site beheerd wordt. Daar waar de vorige versie (gelanceerd op 7 april 2004) slechts door een klein team van webmasters up-to-date kon worden gehouden, wordt de site nu – met behulp van een content management systeem – geactualiseerd door een dozijn redacteurs. Het concept, de look and feel en de functionaliteiten van deze opgewaardeerde portaalsite zijn hetzelfde gebleven. Dit betekent ook dat er weinig vooruitgang is geboekt in de problemen met de zoekfunctie van de site. De overschakeling naar het content management systeem voor het beheer van de site kan echter gezien worden als een eerste stap om de kwaliteit en actualiteit van de site te verbeteren, en indirect, zo ook de zoekresultaten. Begin juli 2005 is er een eerste overleg gekomen met een externe partner om samen een oplossing te zoeken voor de zoekmachineproblematiek.

Eén redacteur binnen het team van de voorlichtingsambtenaar onderhoudt het 'snelnieuws' op de homepagina: dit luik staat bovenaan op de homepagina en gaat in op de actualiteit, of verwijst naar achtergrondinformatie over recente beslissing van de Vlaamse Regering. Bepaalde nieuwsitems worden met behulp van multimedia-elementen verrijkt: video, audio. Tot op heden werden in totaal 230 dergelijke nieuwsitems aangemaakt.

10.1 Bezoekersaantallen

Evolutie van het aantal unieke bezoekers op de portaalsite



De vermelde cijfers dienen evenwel genuanceerd te worden. Het aantal bezoekers van de portaalsite www.vlaanderen.be op zich zal lager liggen omdat de meting ook de bezoekers registreert op sites die in hetzelfde domein www.vlaanderen.be liggen. Dit zijn onder andere de 'inkom'-sites: Advies-, Opleidings- en Dna-cheques, Gratis Opstart en Groei- en Ecologiepremies. Aan de andere kant zal het totale aantal bezoekers van sites van de Vlaamse overheid in werkelijkheid een stuk hoger liggen. Juist omdat in deze meting alleen maar de gegevens zijn opgenomen van sites die in het 'portaal-domein' worden gehost, worden bezoekers aan extern gehoste sites niet meegeteld. Dit is het geval bij sites als www.bouwenenwonen.be en www.milieuinfo.be.

10.2 Blindsurfer

Op 11 juni 2004 besliste de Vlaamse Regering dat de websites en webtoepassingen van de Vlaamse overheid uiterlijk tegen einde 2007 (internet) en 2010 (intranet) toegankelijk moeten zijn voor personen met een handicap.

Om dit te verwezenlijken, is het project 'Toegankelijk web' in het leven geroepen: dit project wordt ge-



trokken door het Contactpunt Vlaamse Infolijn en de dienst Emancipatiezaken, ondersteund door de cel van de voorlichtingsambtenaar. Om te oordelen of sites al dan niet toegankelijk zijn voor personen met een handicap (dus niet enkel blinden of slechtzienden) wordt een beroep gedaan op de screenings van blindsurfer (www.blindsurfer.be), een organisatie die de reeds bestaande WAI (Web Accessibility Initiative) van de webstandaarden organisatie W3C naar een Belgische context heeft vertaald.

De portaalsite www.vlaanderen.be heeft het blindsurfer label al sinds 2004, en intussen werden al talloze andere sites gescreend en aangepast aan de noden van personen met een handicap. De digitale cel van de voorlichtingsambtenaar speelt hierbij een voortrekkersrol: niet alleen werd daar een aanzet gegeven voor het aanmaken van W3C-standaarden conforme templates, maar ook geven zij regelmatig up-to-date advies aan het 'toegankelijk web'-project, niet alleen m.b.t. het toegankelijk maken van websites en documenten, maar ook m.b.t. de te volgen communicatiestrategie.

Niettemin is er nog een lange weg af te leggen.

10.3 Ministeriële webpagina's

Ministeriële webpagina's zijn met overheidsmiddelen aangemaakte en/of gehoste websites die betrekking hebben op het beleid van een minister. Een onderscheid dient gemaakt met persoonlijke websites van ministers die niet met overheidsgeld worden betaald. Inhoudelijk bevatten de ministeriële webpagina's actuele en relevante informatie over het gevoerde beleid en de visie die daarachter steekt.

Om elke Vlaamse minister in de mogelijkheid te stellen zijn/haar beleid via dit kanaal te duiden, wordt gebruik gemaakt van hetzelfde content management systeem dat ook voor de portaalsite www.vlaanderen.be wordt gebruikt. Daarmee kunnen de kabinetsmedewerkers snel op de bal spelen door zelf de site te actualiseren. Het gebruik van hetzelfde content management systeem betekent dat er geen extra systeem door de medewerkers hoeft aangeleerd te worden en dat de informatie

herbruikbaar is in de portaalsite en op termijn ook in de nieuwsberichtentoepassing. Zo wordt vermeden dat inhoud dubbel moet worden aangemaakt en onderhouden. Tot nu toe maakten vier ministers gebruik van dit aanbod.

10.4 Gebruiksvriendelijke webadressen

Sinds de tweede helft van 2002 beheert de digitale cel een conversielijst met daarin gebruiksvriendelijke webadressen. Zij doet dit ter ondersteuning van alle entiteiten van het ministerie die hun (campagne)website willen aankondigen gedrukte media, tv- of radiospot, posters, enz. Het idee is dat het webadres altijd wordt gecommuniceerd in de vorm www.vlaanderen.be/naamvandecampagne. Gebruikers die dergelijk adres intikken, komen terecht op de juiste site: ongeacht of die site nu intern of extern onder een andere domeinnaam gehost staat. Hoofddoel is uiteraard om het onthouden van webadressen te vergemakkelijken en verwarring te voorkomen. Tevens wordt op deze manier bij campagnes aangeduid dat de campagne gevoerd wordt door de Vlaamse overheid; iets dat volgens de uitgevoerde effectmetingen bij campagnes niet altijd even duidelijk is. Momenteel zijn er een 800-tal gebruiksvriendelijke, gemakkelijk communiceerbare uniforme webadressen die de surfer meteen naar de site leiden.

10.5 Webstatistieken en de banners op de portaalsite

De digitale cel van de voorlichtingsambtenaar houdt statistieken bij van de campagnebanners die op de portaalpagina worden geplaatst. Daaruit blijkt overduidelijk dat het doorklikken op de links bijzonder afhankelijk is van het verschijnen van spots of advertenties in de diverse media. Op dagen waarop de communicatie-uitingen verschijnen, stijgt het aantal clicks op de banners in kwestie spectaculair. Hieronder wordt een overzicht gegeven van de 10 meest succesvolle banners op de portaalsite en het aantal clickthroughs.



Word wat je wil	9168
Mobiliteit - Flitspalen	8621
BIS Vlaanderen	8173
BBB - Ecards	7618
Studietoelagen	6818
Wetsmatiging	6455
Tot uw dienst (koepelcampagne)	5474
Verkiezingen 2004	5422
Tsunami 12-12	5318
Eco-efficiëntie 2004	5262

10.6 Redacteursite 'webgids'

De site www.vlaanderen.be/webgids is een site voor (web)redacteurs en webmasters. Hij werd gebouwd in nauwe samenwerking met de cel interne communicatie, met als doel om iedereen die zich met de productie van (teksten voor) websites bezighoudt, te bereiken. Zo worden tips en informatie aangereikt en ook een aantal procedures en richtlijnen duidelijk uitgelegd. De site moedigt op meerdere manieren tweewegscommunicatie aan: niet alleen zijn er fora, maar iedere bezoeker kan zelf links naar andere interessante sites toevoegen en catalogeren.



11/ Distributie van folders en brochures van de Vlaamse overheid

Momenteel zijn er 1.118 geplaatste infozuilen (bibliotheken: 459, gemeentehuizen: 403, OCMW's : 69, culturele centra: 27, Vlaamse gemeenschapscentra: 28, gebouwen van de Vlaamse overheid: 132).

Om te achterhalen hoe het distributiesysteem via de infozuilen in bibliotheken en gemeentehuizen in de toekomst het meest efficiënt georganiseerd kan worden, werd in 2003 een schriftelijke enquête afgenomen bij de contactpersonen die verantwoordelijk zijn voor het beheer van de infozuilen. Deze enquête kende een responsgraad van 46%, wat als zeer veel kan worden bestempeld. Uit de tevredenheidsgraad van de antwoorden valt af te leiden dat er (voorlopig) niets grondig gewijzigd hoeft te worden aan de manier waarop de publicaties bezorgd worden, namelijk met de post. Over het aanbod is men tevreden, want de publicaties zijn over het algemeen goed afgestemd op het publiek. Folders of brochures over premies of voordelen voor de burger zijn het meest in trek. Een belangrijk aandachtspunt is evenwel dat in een begeleidende informatiecampagne - hetzij via gedrukte media, hetzij via audiovisuele media – best duidelijk vermeld wordt dat de publicaties gratis verkrijgbaar zijn in de infozuilen van de Vlaamse overheid. Een zinnetje als 'haal de gratis folder in uw gemeentehuis of bibliotheek' is dus geen overbodige luxe. Vaak wringt evenwel net daar het schoentje bij campagnemakers, die de zin als veel te lang beschouwen om via radio of televisie gecommuniceerd te krijgen. Ad hoc dient dan steeds de beste oplossing gekozen te worden.

In de vragenlijst werd ook gepeild naar de wenselijkheid om het distributiesysteem uit te besteden aan derden. Deze vragen werden minder positief onthaald. De belangrijkste negatieve redenen die hierbij worden aangehaald, zijn: de hoge kostprijs voor het inschakelen van een derde en de minder goede informatiedoorstroming over het aanbod in de infozuil naar beheerders met geringere klant-

vriendelijkheid tot gevolg.

De resultaten van deze bevraging worden gekoppeld aan de marktevoluties zoals bijvoorbeeld de toenemende penetratiegraad van het internet, om te komen tot een efficiënte en klantvriendelijke distributiewijze van de publicaties van de Vlaamse overheid.

Na evaluatie werd begin 2005 het distributieproject via een selectie van krantenwinkels stopgezet. De displays die hiervoor werden ontwikkeld, staan voorlopig in een opslagruimte tot ze een nieuwe bestemming krijgen. Het is immers de bedoeling om op korte termijn een nieuw laagdrempelig distributiekanaal te voorzien waarlangs een selectie van folders en brochures van de Vlaamse overheid kan worden aangeboden aan het publiek. Daartoe worden momenteel onderhandelingen opgestart met diverse aanbieders van mogelijke interessante pistes.

12/ Contacten en samenwerking met andere instanties

12.1 Vlaams Parlement

Met de dienst Externe Relaties van het Vlaams Parlement werd het voorbije jaar naar goede gewoonte vlot samengewerkt. Een en ander geschiedt in het kader van het samenwerkingsprotocol tussen het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap en het Vlaams Parlement.

Het Vlaams Parlement nam ook het voorbije werkingsjaar deel aan de centrale media-aankoop van de Vlaamse overheid. Daarnaast blijven de medewerkers van de voorlichtingsambtenaar te allen tijde beschikbaar voor de begeleiding van de (externe) communicatie van het Vlaams Parlement, een dienstverlening zoals die ook aan de eigen departementen en Vlaamse openbare instellingen wordt aangeboden.

Hetzelfde geldt voor de diensten van de Vlaamse Ombudsdienst. De samenwerking met de Ombudsdienst blijft structureel. De Vlaamse ombudsman krijgt immers nogal wat informatievragen. Die worden stevast doorspeeld aan de Vlaamse Infolijn die de vraagsteller van informatie voorziet of in contact brengt met de juiste personen. Omgekeerd schakelt de Infolijn bellers met klachten door naar de Ombudsdienst.

Vragen en interpellaties

Het Vlaams Parlement controleert de Vlaamse Regering en derhalve ook de communicatie die zij voert. Dat gaf aanleiding tot een aantal parlementaire interpellaties en vragen om uitleg omtrent overheidscommunicatie waarvan hieronder een korte neerslag wordt gegeven.

In maart 2005 werd een vraag gesteld aan de minister-president naar uitleg omtrent het aantal keren dat door de Vlaamse Regering al een beroep was gedaan op een communicatiebureau en welke bedragen en procedures daarmee gepaard gingen. Gezien het beperkte aantal gezamenlijke initiatie-

ven, was het antwoord eerder beperkt en werden de gevraagde gegevens verstrekt.

De minister van Buitenlands Beleid diende te antwoorden op een aantal vragen omtrent de Nieuwsbrief Ontwikkelingssamenwerking die werd gepubliceerd in het Mondiaal Magazine. De vragen hadden betrekking op de kostprijs en de manier van aankopen.

Het door de Vlaamse Regering gepubliceerde standpunt inzake de toestanden in het West-Vlaamse bedrijf Remmery gaf eveneens aanleiding tot een aantal vragen omtrent kostprijs en doelmatigheid. De minister-president antwoordde dat de geuite bedreigingen een ongezien en dermate verwerpelijk fenomeen waren dat de Vlaamse Regering niet vanaf de zijlijn kon blijven toekijken. De voltallige regering wou de zaakvoerder en de werkneemster in kwestie met dit initiatief een hart onder de riem steken.

Tot slot werd ook nog een parlementaire vraag gesteld omtrent de mediabestedingen van de Vlaamse overheid bij de Vlaamse kranten en meer bepaald in de krant De Morgen. Aan de vraagsteller werden de gevraagde cijfergegevens overgemaakt.

12.2 Communicatieverantwoordelijken MVG en VOI's

Studiesessies

Sinds 2001 organiseert de cel Externe Communicatie ieder jaar een paar vormingsvoormiddagen in verband met overheidscommunicatie voor collega-communicatieverantwoordelijken van de Vlaamse overheid. De vormingsvoormiddagen kunnen rekenen op de interesse en aanwezigheid van heel wat communicatieverantwoordelijken van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, de VOI's en de kabinetten van de Vlaamse ministers. Er wordt voortdurend een vinger aan de pols gehouden om te zien wat er leeft onder de overheidscommunicatoren en waar er vormingsbehoeften zijn. Zo kan er kort op de bal gespeeld worden en gaan de studiesessies in op actuele vragen en onderwerpen op het vlak van overheidscommunicatie.

De eerste reeks studiesessies belichtte de verschillende mediakanalen en de mogelijkheden daarvan voor overheidscommunicatie. Daarnaast werd ook telkens aandacht besteed aan thema's 'uit de eigen winkel'. Zo werd op 18 november 2004 de studiesessie gewijd aan affichage en milieuvriendelijk communiceren. Het ruime gamma van de affichage, gaande van mobiele affichage op bussen, trams, kleine voertuigjes, ... tot panelen in het straatbeeld of in gebouwen, van grote 20 m²-panelen tot kleine boomerangkaartjes, passeerden de revue en werden beoordeeld op hun mogelijkheden en beperkingen. Verder werd aangekaart hoe dit medium kan worden opgenomen in mediaplannen voor overheidscommunicatie en welke creatieve kanten men ermee uitkan. Daarnaast kwam de OVAM aan het woord met tips voor het voeren van communicatiecampagnes met respect voor het milieu.

In 2005 werd van start gegaan met een nieuwe reeks studiesessies die nauw aansluiten bij het actuele werkveld van de overheidscommunicatoren. De studiesessie van 17 maart kreeg als titel 'Efficiënt communiceren met beperkte middelen'. Dit actuele onderwerp wekte de interesse van een honderdtal communicatieverantwoordelijken. Verschillende sprekers reikten praktische tips aan om een boodschap te brengen, het publiek te informeren, sensibiliseren of overtuigen wanneer de financiële middelen te beperkt zijn voor een grote campagne. Eerst kwamen vertegenwoordigers van de Vlaamse dagbladpers aan het woord om de nieuwe modules van de kranten en de creatieve mogelijkheden van de dagbladen voor te stellen. Na de pauze sprak een autoriteit op PR-vlak over hoe gratis media-aandacht te krijgen voor uw boodschap. Ten slotte stelde de cel Externe Communicatie haar vernieuwde afdelingswebsite voor, waarop onder meer ook voorbeelden te vinden zijn van communicatie met een klein budget.

De tweede studiesessie van 2005 op 14 juni was gewijd aan etnocommunicatie met de nadruk op het bereiken van allochtone burgers binnen algemene overheidscommunicatie. De directe aanleiding om dit onderwerp aan te snijden, was het verschijnen

van de brochure 'Etnocommunicatie. Communiceren met een multicultureel publiek' van de vzw Verbal Vision. De brochure kwam tot stand met de steun van de cel Gelijke Kansen van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap en werd tijdens de studiesessie uitgedeeld aan de deelnemers. Overheden moeten ook in hun algemene communicatie oog hebben voor de allochtone burgers. Onze samenleving is en wordt immers steeds meer multicultureel. Hoe kan een overheidscampagne ook de mensen bereiken van wie de cultuur en beleavingswereld ons 'vreemd' is? Wie is 'de allochtoon'? (En bestaat hij wel?) Welke media gebruikt hij? Of kan hij bereikt worden via organisaties, verenigingen, 'intermediairen'? In welke taal moet dat? En hoe ervoor zorgen dat de boodschap juist begrepen wordt? Er bleken meestal geen eenvoudige antwoorden te zijn op deze vragen, maar de studiesessie zette alvast de deelnemers op de goede weg.

In de toekomst wordt de aandacht toegespitst op meer doelgroepgerichte communicatie en zullen ook andere doelgroepen worden besproken zoals senioren en kansarmen.

NiVo

Vier keer per jaar krijgen de communicatieverantwoordelijken van het ministerie en de VOI's de elektronische nieuwsbrief NiVo. Daarin staat onder andere informatie over de verschillende communicatiecampagnes van de Vlaamse overheid. Via deze weg worden de communicatieverantwoordelijken ook op de hoogte gehouden van allerhande nieuws uit de sector (onderzoeken, nieuwe communicatiekanalen, ...).

Internet

Zowat alle informatie over de dienstverlening van de afdeling Communicatie en Ontvangst staat permanent ter beschikking op het internet. In december 2004 werd de nieuwe portaalsite www.vlaanderen.be/ceno in gebruik genomen om alles op een overzichtelijke manier te ontsluiten. Ook werd het informatieaanbod vervolledigd. Zowel interne als

externe communicatie komen aan bod, net als de ontvangstcentra, de bibliotheek, het organiseren van evenementen, de grafische dienstverlening en de huisstijl, video en multimedia,... Aanvankelijk ging het om een intranetwebsite maar al snel kwam het besef dat ook de communicatieverantwoordelijken van de VOI's sterk vragende partij waren om toegang te krijgen tot deze informatie.

Dienstverlening

Het verlenen van (communicatie-)diensten aan de verschillende diensten van het ministerie behoort tot het kerntakenpakket van de afdeling Communicatie en Ontvangst. In de mate van het mogelijke wordt ook graag gehoor gegeven aan vragen van VOI's, in het belang van een geïntegreerde communicatie. Bij heel wat campagnes van VOI's wordt een beroep gedaan op de centrale media-aankoop, de portaalsite www.vlaanderen.be en de Vlaamse Infolijn.

12.3 Gemeente- en provinciebesturen

12.3.1 Vlaams Overleg forum van Communicatieambtenaren (VOCA)

Sinds februari 2001 is het Vlaams Overlegforum van Communicatieambtenaren (VOCA) het officiële platform waar communicatieambtenaren van de verschillende bestuursniveaus in Vlaanderen afspraken maken over materies van gemeenschappelijk belang en over de raakvlakken tussen hun beroepsactiviteiten. Alle verslagen zijn te vinden op www.vlaanderen.be/voca.

Het voorbije werkjaar vergaderde VOCA op 2 maart 2005 en op 19 april 2005. Telkens stond de bijeenkomst in het kader van één thema, respectievelijk samenwerking tussen de verschillende overheden bij milieucommunicatie en het gezamenlijke bestand met wegwijs- en eerstelijnsinformatie dat volgens het nieuwe openbaarheidsdecreet moet worden uitgebouwd. De trekker van dat bestand is de Vlaamse Infolijn, die hiervoor het best geplaatst

is, als de beheerder van de wegwijs- en eerstelijnsinformatie van de Vlaamse overheid. VOCA is een ideaal forum om af te toetsen op welke manier er best kan samengewerkt worden om dit gezamenlijke bestand uit te bouwen. De samenstelling van VOCA is immers een evenwichtige mix van communicatieambtenaren uit alle provincies, uit grote zowel als kleine gemeenten.

In het najaar van 2005 zal bekeken worden hoe de collega's bij de OCMW's betrokken kunnen worden bij het overleg. Volgens het nieuwe openbaarheidsdecreet zijn OCMW's nu immers ook verplicht om een communicatieambtenaar aan te stellen.

12.3.2 Digitale nieuwsbrief Dito

De digitale nieuwsbrief Dito houdt de provinciale en gemeentelijke communicatieverantwoordelijken op de hoogte van het communicatiebeleid en de -praktijk van de Vlaamse overheid. Communicatiecampagnes worden er vooraf in aangekondigd. Dito verschijnt gemiddeld om de twee weken, soms vaker als er interessant nieuws is, of minder vaak in komkommertijden. Er is een artikelarchief op www.vlaanderen.be/dito.

12.3.3 Informatie voor gemeentelijke informatiebladen

Uit onderzoek blijkt dat informatiebladen van gemeenten veelgelezen, geloofwaardige en gewaardeerde media zijn. Ze zijn dus ook een interessant kanaal voor informatie van de Vlaamse overheid. Gemeenten zijn niet verplicht, maar meestal wel bereid, om informatie van de Vlaamse overheid gratis in hun infoblad op te nemen, als ze die informatie interessant vinden voor hun inwoners. Om het de redacties van lokale infobladen zo gemakkelijk mogelijk te maken, verzorgt de cel Externe Communicatie sinds april 2002 een website van waarop ze pasklare teksten en beelden kunnen downloaden: www.vlaanderen.be/pasklaar. Die site is beveiligd met een paswoord. Op dezelfde internetpagina wordt trouwens ook een kalender bijgehouden van de campagnes die de verschillende diensten en

instellingen van de Vlaamse overheid plannen. De website werd in 2005 in een nieuw kleedje gestoken. De meest recente of belangrijkste nieuwe onderwerpen springen nu meer in het oog.

Om regelmatig te kunnen evalueren, werd de gemeenten gevraagd hun infobladen te sturen naar de cel Externe Communicatie. Zo kan worden nagegaan welke berichten worden overgenomen in de gemeentelijke informatiebladen, hoe vaak dat gebeurt en in welke vorm. Bij het begin van 2004 stuurden ongeveer 150 (van de 308) gemeenten hun infoblad op. Eind 2004 waren dat er al 250. In de loop van 2005 zal er dus een meer accurate evaluatie kunnen gebeuren. Informatie van www.vlaanderen.be/pasklaar wordt ook overgenomen op gemeentelijke en stedelijke websites. Dit evalueren is om praktische redenen onbegonnen werk. Maar bij het aanbieden van communicatiemateriaal wordt wel degelijk rekening gehouden met dit gegeven. Zo worden voor de meeste campagnes ook internetbanners aangeboden.

Voor het afgelopen werkjaar ziet de top vijf van vaakst overgenomen informatie in gemeentelijke infobladen er als volgt uit:

- Vlaanderen Feest (feestcheques): 43 keer
- Studietoelagen: 41 keer
- De vrijgemaakte energiemarkt: 37 keer
- Week van het Bos: 37 keer
- De Groenbon (financiële steun voor groenere buurten): 32 keer

Niet toevallig zijn dit onderwerpen die van direct praktisch en financieel belang zijn voor een ruime doelgroep, en/of waarbij de gemeentebesturen zelf betrokken zijn.

Er werden in totaal over 23 onderwerpen teksten en beelden (logo's, foto's, brochurecovers, campagnebeelden, banners,...) aangeboden. Zoals in het verleden had een aantal van hen geen succes. Vaak heeft dat te maken met het tijdstip van aanbieden: 30% van de gemeentelijke infobladen verschijnt per kwartaal, 30% tweemaandelijks, 20% maandelijks. Een informatieblad heeft een aanmaaktijd

van ongeveer vier weken. De meeste gemeenten hebben dus zeer vroege deadlines. De cel Externe Communicatie heeft het voorbije jaar op verschillende manieren de collega-communicatieverantwoordelijken extra warm gemaakt voor dit kanaal. De aanlevering van informatie gebeurt dan ook steeds meer spontaan.

12.4 Federale overheid

Van de federale overheid kregen we de brochure 'Deontologische code van de federale communicatoren' toegestuurd. Na de kennisoverdracht met het directoraat-generaal Externe Communicatie van de federale overheid, i.v.m. de Code van Goede Praktijk voor de communicatiecampagnes van de Vlaamse overheid, is dit het resultaat geworden. Het werd een beknopte gids voor de federale communicatoren.

Samen met de federale overheid en de Federatie van Belgische Magazines (Febelma) werd opnieuw de uitreiking van de PAMPA (Public Authorities Magazine Print Award) georganiseerd. In tegenstelling tot vorige editie was het deze keer de Vlaamse overheid die de gouden en bronzen plak binnenhaalde. Het federale niveau ging met zilver aan de haal.

12.5 Vereniging voor overheidscommunicatie Kortom



De vereniging voor overheidscommunicatie Kortom viert eind 2005 haar vijfjarig bestaan en telt inmiddels ruim 400 communicatieprofessionals uit de sector van de overheidscommunicatie. Kortom bundelt en wisselt kennis uit omtrent overheidscommunicatie en organiseert tal van activiteiten om het vak verder te professionaliseren en de expertise van haar leden te vergroten.

Bij de oprichting van de vereniging in 2000 stelde Kortom zich vijf hoofddoelen: deskundigheid van

het vak overheidscommunicatie ontwikkelen en bevorderen, een netwerk en forum zijn voor ontmoeting en uitwisseling, dienstverlening aanbieden aan de leden via informatie, documentatie, advies en vorming, opkomen voor het maatschappelijk belang van de overheidscommunicatie en een krachtige stem laten horen op allerlei fora en in de media om zo te ijveren voor een cultuur van open en behoorlijk bestuur.

Vorming en opleiding kent vele vormen bij Kortom. De periode van het najaar van 2004 tot en met juni 2005 organiseerde Kortom een grote studiedag, drie bedrijfsbezoeken en een reeks kleinschalige vormingsbijeenkomsten op verschillende plaatsen in Vlaanderen. Op 26 april 2005 troffen de Kortom-leden elkaar in het Vlaams Parlement voor het congres 'Wanneer communiceer ik – wanneer communiceer jij?' over het spanningsveld tussen politieke en overheidscommunicatie. Op dit congres werd een nieuwe publicatie van Kortom voorgesteld: 'Richtlijnen voor overheidscommunicatie. Een leidraad voor deontologische kwesties'.

Bij de bedrijfsbezoeken van Kortom staat telkens een bedrijf, organisatie of thema centraal. Bedoeling van deze bezoeken is op korte tijd veel kennis te vergaren door direct contact en daarnaast ook de leden de kans te bieden om aan netwerking te doen. Op 17 november 2004 was Kortom te gast bij Telenet iDTV in Mechelen. In 2005 kregen de leden de kans om het nieuwe stadhuis van Kortrijk te bezichtigen (24 maart) en kregen ze toelichting over crisiscommunicatie in het Navo-hoofdkwartier in Evere (19 mei).

In 2004 startte Kortom met kleinschalige vormingsbijeenkomsten omtrent actuele onderwerpen. Zo kunnen communicatieambtenaren en –medewerkers op een directe informele manier kennis opdoen en uitwisselen én meteen ook kennis maken met collega's die met dezelfde materie bezig zijn. In oktober 2004 werden twee vormingssessies gegeven in Gent en Tervuren over intranet. In maart 2005 was er vorming omtrent openbaarheid van bestuur in Gent, Brugge en Leuven. In mei en juni 2005 werd een basisvorming communicatie voor

OCMW's gegeven in Mechelen, Genk en Gent.

Daarnaast is het bevorderen van kennis- en ervaringsuitwisselingen tussen de leden en het bieden van advies en verspreiden van informatie een van de kernactiviteiten van Kortom. Hiervoor zet de vereniging verschillende middelen in. Zo is er de website www.kortom.be en de elektronische kennisdatabank, de Kortom e-groep en Kortaf, het maandelijks e-zine.

Eind oktober 2004 ging het eerste deel van de Kortom-website online met een nieuwsrubriek, archief, activiteitenoverzicht, links naar relevante sites voor communicatieprofessionals en een ledenbestand. In januari 2005 was ook de kennisdatabank klaar en werd het forum van de vernieuwde e-groep geopend. De kennisdatabank bestaat uit praktijkdocumenten, literatuurverwijzingen, informatie en documenten in verband met regelgeving en ten slotte een overzicht van vormingsinstellingen die opleidingen rond communicatie aanbieden. De Kortom- e-groep is een elektronische mailinglist waarin alle Kortom-leden zijn opgenomen. De leden kunnen via de e-groep rechtstreeks vragen stellen aan hun collega communicatieambtenaren. Met de vernieuwde e-groep kan niet enkel de vragensteller alle antwoorden lezen, zoals dat voorheen het geval was via kortomgroep@yahoogroups.com, maar kunnen alle leden die geïnteresseerd zijn de antwoorden lezen op de website. Ook bestanden kunnen worden meegestuurd, die tevens door alle leden kunnen worden gedownload. De informatie wordt ten slotte gebundeld door het secretariaat en in de kennisdatabank opgenomen zodat de informatie beschikbaar en raadpleegbaar blijft.

Verder wordt Kortom ondersteund door vier vrijwillige werkgroepen voor het realiseren van de doelstellingen. Deze werkgroepen werken ieder rond een specifieke taak van Kortom, zijnde deontologie, activiteiten, kenniscentrum en interne communicatie.

De werkgroep deontologie zette in 2004 de eindspurt in en rondde in het najaar de opdracht af rond het samenstellen van een deontologische code. Dit eindwerk verscheen als boekje met de titel 'Richt-

lijnen voor overheidscommunicatie. Een leidraad voor deontologische kwesties' waarvan het eerste exemplaar in ontvangst werd genomen door de voorzitter van het Vlaams Parlement tijdens een Kortom-congres over deontologische kwesties in de dagelijkse praktijk in april 2005. Het boekje werd eind mei verspreid naar onder meer alle burgemeesters en communicatiediensten van Vlaamse steden en gemeenten, naar OCMW-secretarissen, politiezones, Vlaamse Openbare instellingen, De werkgroep is daarmee nog niet ontbonden. In de loop van 2005 worden de reacties op de code gepeld en bekijkt de werkgroep of, en zo ja in welke vorm, de activiteiten worden voortgezet.

In 2003 haakten een aantal leden van de werkgroepen activiteiten en de congrescommissie af vanwege tijdgebrek. De twee groepen werden in 2004 samengevoegd tot één werkgroep 'activiteiten'. Desondanks bleef ook deze hernieuwde werkgroep een moeizaam bestaan leiden: drukke agenda's resulteerden vaak in een lage opkomst of uitstel van de (al beperkte) vergaderingen waardoor kostbare voorbereidingstijd verloren ging. Kortom besloot daarom de werkgroep op te heffen en studiedagen en andere activiteiten voortaan nog meer vanuit het secretariaat te organiseren, samen met een kleine, per activiteit wisselende kerngroep. Voordeel is een grotere slagvaardigheid én per thema wisselende 'experts' als medewerkers.

De werkgroep interne communicatie is een werkgroep 'op de achtergrond'. De leden signaleren mogelijke knelpunten in de communicatie met de leden en kunnen spontaan suggesties tot verbetering leveren. In de praktijk is hun taak beperkt tot het signaleren van mogelijke nieuwsberichten voor Kortaf, de elektronische nieuwsbrief van Kortom.

De werkgroep kenniscentrum heeft in 2004 stilgelegen in afwachting van het online gaan van de nieuwe kennisdatabank. De kennisdatabank is ondertussen gerealiseerd in nauwe samenwerking tussen het secretariaat van Kortom, de voorzitter van de werkgroep kenniscentrum, Eric Goubin van Memori, KHMechelen en een webbureau. In het na-

jaar van 2005 starten de werkgroepleden met een regelmatige en systematische bevraging van de leden om de kennisdatabank opnieuw te vullen en actueel te houden.

12.6 Samenwerking met de JEP

De Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame (JEP) is het zelfdisciplinaire orgaan van de reclame-sector in België. De JEP onderzoekt klachten die zij ontvangt van het publiek en voorafgaandelijk aan de verspreiding van de reclame behandelt zij de vragen om onderzoek die haar op vrijwillige basis worden voorgelegd. In de periode van 1 juli 2004 tot 30 juni 2005 ontving de JEP 4 klachten die verband houden met de Vlaamse overheid.

Drie klachten hadden betrekking op de VRT. Ten eerste was er het spotje van Radio Donna die een jongeman opvoerde die op muziek aan zijn ouders meedeelde dat hij homoseksueel was. De klager verklaarde dat deze spot een totaal verkeerd beeld van homo's gaf. De Jury stelde vast dat deze spot gerealiseerd werd met een grappige knipoog. Gelet op het duidelijk karikaturale karakter was zij van oordeel dat de spot geen risico inhield om door het brede publiek verkeerd begrepen te worden. Er werden geen opmerkingen geformuleerd.

De twee overige klachten die met de VRT te maken hadden, betroffen promospotjes voor het programma 'Geen zorgen tot paniek'. Over de eerste klacht werden door de Jury geen opmerkingen geformuleerd. De tweede spot toonde een man die met zijn hoofd op zijn stuur slaapt, terwijl hij rijdt. Hier meende de Jury dat rekening houdend met de realiteit waarbij veel ongevallen veroorzaakt worden door bestuurders die in slaap vallen achter het stuur, het ongepast is om dergelijke gedragingen als sympathiek voor te stellen. Aanbevolen werd de trailer niet langer uit te zenden. De VRT verklaarde zich hiermee akkoord en stopte met het uitzenden ervan.

De laatste klacht betrof een campagne van de VLAM, waarin in de tv-spot in kwestie promotie wordt gemaakt voor vlees met een bepaald kwaliteitslabel. De klager was van mening dat het niet bewezen

is dat vlees gezond is en verlangde de toevoeging 'kan schadelijk zijn voor de gezondheid' aan de tv-spot. De JEP oordeelde dat de spot geen reclame maakte voor vlees in het algemeen, maar voor vlees met het betreffende kwaliteitslabel, dat garanties biedt op het vlak van voedselveiligheid. Er werden dan ook geen opmerkingen geformuleerd.

12.7 Nederlandse Rijksvoorlichtingsdienst (RVD)

Ook afgelopen jaar werd de samenspraak en informatie-uitwisseling tussen de centrale communicatieverantwoordelijken van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap en de Directie Toepassing Communicatietechnieken (DTC) van de Nederlandse Rijksvoorlichtingsdienst voortgezet. Concreet werd een ervaringsuitwisseling georganiseerd met betrekking tot overheidswebsites, e-government en contentmanagementsystemen.

Dergelijke ervaringsuitwisselingen worden door beide partijen als zeer nuttig ervaren. Het blijft dan ook de bedoeling deze samenkomsten in de toekomst te bestendigen.

12.8 Public Authorities Magazine Print Award (PAMPA)

Voor de tweede keer organiseerden de Federatie van Belgische Magazines, de Unie van Uitgevers van Periodieke Pers, in samenwerking met de federale en Vlaamse overheid de PAMPA-wedstrijd. Alle Belgische overheidsdiensten op federaal, gewestelijk, provinciaal, stedelijk en gemeentelijk niveau konden deelnemen met advertenties onder de noemer van institutionele overheidscommunicatie die tussen 1 januari en 31 december 2004 werden gepubliceerd. Op 13 april 2005 werden de prijzen uitgereikt. Aan Nederlandstalige zijde kaapte Toerisme Vlaanderen met de campagne 'Vlaanderen Vakantieland blijft je verbazen' het goud weg en de afdeling Economisch Ondersteuningsbeleid van het Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap behaalde brons met 'Mi-

lieuvriendelijk ondernemen brengt u geld op'. Met de Nederlandstalige versie van de campagne 'Is uw auto schoon' rijfde de FOD Volksgezondheid, Veiligheid van de Voedselketen en Leefmilieu de zilveren award binnen en met de Franstalige versie van diezelfde campagne behaalden ze goud. Het brons aan Franstalige zijde ging naar 'Les titres-services' van het Office national de l'emploi.



Bronzen PAMPA-award

13/ Wetenschappelijk onderzoek

13.1 Communiceren met een multicultureel publiek

Op 1 januari 2003 telde het Nationaal Instituut voor de Statistiek in België 850.077 inwoners met een andere nationaliteit. Dat is 8,2 procent van de totale bevolking. Maar er zijn nog veel meer mensen met een niet-Belgisch klinkende naam in ons land, want Belgen van allochtone afkomst en mensen zonder papieren zijn daar bijvoorbeeld niet bij gerekend. De multiculturele samenleving is een feit, en het is een illusie te veronderstellen dat die ooit zal verdwijnen.

Vele van die medeburgers van allochtone afkomst zijn niet gemakkelijk te bereiken via de klassieke, algemene kanalen. Zij hebben niet zelden een ander mediagebruik, een andere gemeenschapsbeleving, soms zelfs een andere taal. Bovendien kleurt de eigen cultuur, het eigen patroon van normen en waarden en de eigen gewoonten van de ontvanger, onvermijdelijk de boodschap. Hoe zorg je er als overheid voor dat je ook dit deel van je doelgroep bereikt?

De vzw Verbal Vision kreeg van de cel Gelijke Kansen in Vlaanderen van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap in 2004 de opdracht om het concept 'etnocommunicatie' te verkennen. De provincie Antwerpen gaf daarbij ondersteuning. Verbal Vision organiseerde een marktverkenning in de non-profitsector, liet de Vrije Universiteit Brussel een inhoudsanalyse uitvoeren van de Antwerpse media, deed aan literatuuronderzoek, sprak met sleutelfiguren uit de integratiesector of verwante sectoren, bezocht Nederlandse etnomarketingbureaus en interviewde en enquêteerde allochtonen. Daaruit resulteerde in 2005 de brochure 'Etnocommunicatie. Communiceren met een multicultureel publiek'. De brochure is te bestellen via www.vlaanderen.be/gelijkekansen.

'Etnocommunicatie' en 'etnomarketing' zijn in Vlaanderen relatief nieuw. In tegenstelling tot in Nederland, waar meer onderzoek werd verricht en waar een paar communicatiebureaus zich specifiek op etnomarketing toeleggen. Daarom is dit onderzoek belangrijk voor de Vlaamse communicatieverantwoordelijken.

Hieronder geven we enkele bevindingen en conclusies weer van de onderzoekers.

De non-profitsector vindt het belangrijk om allochtonen op een effectieve manier te bereiken, maar die wens vertaalt zich onvoldoende in een professionele communicatievoering.

Weerstand tegenover etnocommunicatie is vaak te wijten aan misverstanden, zoals 'een aparte behandeling belet dat allochtonen zich hier integreren' of 'als je je tot de kansarmen richt, bereik je daarmee ook de allochtonen'.

Een serieuze voorbereiding is een basisvoorwaarde: dé allochtoon bestaat niet. Er zijn grote verschillen tussen nationaliteiten, etnische groepen, generaties, Onderzoek dus de doelgroep. Hou daarbij rekening met de cultuur, maar denk niet in stereotypen. Spreek iemand niet aan als 'allochtoon' en al helemaal niet als 'probleemgeval'.

Materiaal pretesten is bij etnocommunicatie extra aan te raden.

Werken aan een lange-termijnrelatie en een goede reputatie voor de organisatie is zeer belangrijk.

Binnen de meeste allochtone gemeenschappen is mond-aan-mondreclame het beste verspreidingskanaal.

Internet wordt hoe langer hoe meer gebruikt door allochtone jongeren en intermediairen. De meeste allochtone jongeren hebben een gsm. Metro is de populairste krant bij allochtone jongeren. Plaatselijke kranten worden door allochtonen vaak gelezen vanwege de vacatures en woonadvertenties.

Veel jongere allochtonen hebben moeite met de taal van herkomst. In schriftelijke communicatieproducten wordt best eenvoudig Nederlands gebruikt, met daarnaast eventueel een volledige of gedeeltelijke vertaling of gewoon een aandachtstrekker in de 'vreemde' taal. Ook voor eventuele intermediairen is de Nederlandse tekst noodzakelijk.

De taalwetgeving moet uiteraard gerespecteerd worden.

Vaak zijn intermediären onmisbaar. Zij zijn echter geen neutrale doorgeefluiken. Er is gevaar voor misvorming van de boodschap. Het is ook veel zinniger met hen een partnerschap aan te gaan in plaats van hen op het laatste nippertje te belasten met een doorgeeftaak.

13.2 Stand van zaken

Het is duidelijk dat dit onderzoek een verdienstelijke duw in de rug kan betekenen voor de Vlaamse overheidscommunicatie, zonder dat het definitieve antwoorden biedt. De praktijk van de etnocommunicatie staat zoals gezegd nog in de kinderschoenen.

Voor de Vlaamse overheid is haar schaalgrootte en dus de omvang van haar doelgroep een bemoeilijkende factor. Wie 'heel Vlaanderen' moet bereiken spitst zich automatisch, door de beperktheid van tijd of middelen, toe op de grootste gemene deler. Etnocommunicatie vraagt, zoals alle vormen van doelgroepencommunicatie, extra investeringen en extra inspanningen om elk deel van de grote doelgroep daadwerkelijk te bereiken.

Volgens het ideale scenario zorgt de Vlaamse overheid ervoor dat haar overheidscampagnes iedereen kunnen aanspreken en voor iedereen toegankelijk zijn, zonder echter in te boeten aan creativiteit. Daarnaast wordt dan telkens bekeken of er ook aanvullende etnocommunicatie nodig of wenselijk is. Daarvoor dienen vanzelfsprekend de nodige middelen vrijgemaakt te worden.



14/ Communicatie in de vernieuwde Vlaamse administratie

In het voorbije werkingsjaar werden door de Vlaamse Regering alweer belangrijke stappen gezet in de richting van de reorganisatie van het Vlaamse overheidsapparaat. Volgens de voorliggende planning is het de bedoeling de reorganisatie af te ronden tegen 1 januari 2006. Momenteel wordt de Vlaamse overheidscommunicatie vanuit de 7 departementen aangestuurd. In de toekomst zal dat gebeuren vanuit de 13 beleidsdomeinen/ministeries. Een eerste bekendmakingscampagne van de operatie Beter Bestuurlijk Beleid werd gevoerd in het voorjaar van 2004.

14.1 Diensten van het Algemeen Regeringsbeleid

De 'Diensten voor het Algemeen Regeringsbeleid' is de nieuwe benaming voor de 'Diensten van de minister-president'. Dat deel van de overheidscommunicatie dat centraal zal worden aangestuurd, zal een van de beleidsvelden vormen van deze dienst.

14.2 Dienstverlening met een verplicht karakter

In haar beslissing van 1 februari 2002 besliste de Vlaamse Regering aan haar diensten de toepassing van het systeem van de centrale media-aankoop als verplichting op te leggen. Daarnaast werd ook het verlenen van advies door de cel Externe Communicatie bij voorgenomen campagnes in het kader van beleidsdomeinoverschrijdende afstemming van initiatieven verplicht. Een en ander blijft nog steeds van kracht.

Zoals in het verleden al diverse malen beklemtoond, is het belangrijk te onderstrepen dat het verplicht in te winnen advies slechts een vrijblijvend advies is en in het geheel geen afbreuk doet aan de inhoudelijke bevoegdheid en eindverantwoordelijkheid van de betrokken beleidsdomeinen.

15/ Overheidscommunicatie op het internet

Op het internet zijn heel wat websites te vinden die rechtstreeks of onrechtstreeks met overheidscommunicatie te maken hebben. Hieronder vindt u een overzicht van enkele belangrijke sites waarnaar in dit jaarverslag wordt verwezen.

intra.vlaanderen.be/communicatie	intranetsite communicatiedienst (enkel intern toegankelijk)
www.awi.vlaanderen.be	(campagne)site van 'Wetenschap maakt knap'
www.awz.be	waterwegen en zeewezen
www.belgium.be	site van de federale overheid
www.binnenland.vlaanderen.be	site van de administratie Binnenlandse Aangelegenheden
www.boekentrommel.be	(campagne)site ter bevordering van de leescultuur
www.bouwenenwonen.be	portaaliste over bouwen en wonen
www.carpool.be	(campagne)site ter aanmoediging van carpoolen
www.eflanders.be	site van het Digitaal Actieplan Vlaanderen
www.flanders.be	Engelstalige portaalsite
www.huisnederlandsbrussel.be	Huis van het Nederlands in Brussel
www.klasse.be	site van het magazine Klasse
www.komimo.be	koepel milieu en mobiliteit
www.kortom.be	vereniging voor overheidscommunicatie, Kortom vzw
www.leerkrachtinbrussel.be	wervende website om meer leerkrachten in het Brusselse onderwijs aan de slag te krijgen
www.lerarendirect.be	praktische informatie voor leraren
www.lerarenkaart.be	kortingkaart voor leraren
www.mervlaanderen.be	gegevens over lopende of uitgevoerde milieueffectenrapportages
www.milieueducatie.be/nme-inventaris	databank met milieu- en natuureducatieve aanbod in Vlaanderen
www.milieuhinder.be	maatregelen om milieuhinder te voorkomen
www.milieuintfo.be	portaalsite milieu-informatie
www.mina.be	digitaal informatiepunt AMINAL
www.mobielvlaanderen.be	portaalsite over mobiliteit en openbare werken, flitspalen
www.monument.vlaanderen.be	komt online begin 2006
www.mvovlaanderen.be	maatschappelijk verantwoord ondernemen
www.ond.vlaanderen.be/edulex	site met onderwijswetgeving
www.ond.vlaanderen.be/gidsvoorleraren	informatie over het lerarenberoep
www.onroerendevoorheffing.be	site met simulatiemodule om eigen onroerende voorheffing te berekenen
www.samenwerkingsovereenkomst.be	milieu als opstap naar duurzame ontwikkeling
www.schooldirect.be	site voor schooldirecties
www.thuisindestad.be	(campagne)site stedenbeleid
www.uitweg.be	site van verkeersmagazine Uitweg
www.verkeerscentrum.be	Vlaams Verkeerscentrum
www.vlaamscommissariaatmedia.be	site van het Vlaams Commissariaat voor de Media
www.vlaanderen.be	portaalsite van de Vlaamse overheid met een actualiteitsrubriek, de meest recente persberichten en de lopende campagnes
www.vlaanderen.be/6kp	bevordering Vlaamse deelname aan Europese onderzoeksprogramma's
www.vlaanderen.be/anderswerken	site van de kenniscel Anders Werken
www.vlaanderen.be/aps	administratie Planning en Statistiek
www.vlaanderen.be/bbb	(campagne)site van Beter Bestuurlijk Beleid
www.vlaanderen.be/belastingen	Vlaamse belastingen
www.vlaanderen.be/brussel	site van de cel coördinatie Brussel
www.vlaanderen.be/campagnes	overzicht van alle overheids campagnes
www.vlaanderen.be/dito	site van Dito, de elektronische nieuwsbrief voor lokale informatie ambtenaren

www.vlaanderen.be/energiesparen	(campagne)site over energie sparen
www.vlaanderen.be/gemeenten	alle Vlaamse gemeenten en provincies online
www.vlaanderen.be/gezondsporten	(campagne)site van 'Gezond Sporten'
www.vlaanderen.be/indekijker	méér actueel nieuws en agenda
www.vlaanderen.be/infolijn	Vlaamse Infolijn 0800 - 3 02 01
www.vlaanderen.be/kwaliteitsvolvergaderen	website met concrete vergadertips
www.vlaanderen.be/landbouw	communicatieaanpak Landbouw en Visserij
www.vlaanderen.be/luizen	informatie over luizige beestjes
www.vlaanderen.be/media	site van de afdeling Media, inclusief regelgeving
www.vlaanderen.be/milieuzorg	milieuzorg binnen de Vlaamse overheid
www.vlaanderen.be/onderwijs	portalsite departement Onderwijs
www.vlaanderen.be/openbaarheid	openbaarheid van bestuur
www.vlaanderen.be/overheidscommunicatie	site van de dienst van de voorlichtingsambtenaar
www.vlaanderen.be/pasklaar	pasklare teksten ter publicatie in gemeentelijke informatiebladen
www.vlaanderen.be/persberichten	alle persberichten van de Vlaamse overheid
www.vlaanderen.be/persconferenties	audiocaptaties van de persconferenties
www.vlaanderen.be/publicaties	publicaties van de overheid bestellen
www.vlaanderen.be/ruimtelijkeordening	site ruimtelijke ordening
www.vlaanderen.be/samenwerkingcommunicatie	overzicht van samenwerkingsverbanden tussen overheden op communicatievlak
www.vlaanderen.be/taalwetwijzer	informatie over taalwetgeving en de toepassing ervan
www.vlaanderen.be/voca	Vlaams Overleg van Communicatieambtenaren
www.vlaanderen.be/vrijwilligers	(campagne)site ter stimulering vrijwilligerswerk
www.vlaanderen.be/wegen	wegensite
www.vlaanderen.be/wegwijs	thematisch overzicht van de belangrijkste websites van de Vlaamse overheid
www.vlaanderen.be/wetsmatiging	site van de kenniscel Wetsmatiging
www.vlaanderen.be/woonwerkverkeer	(campagne)site 'Bedrijfsvervoercheques'
www.vlaanderen.be/zeehavens/zebrugge	strategisch plan voor de haven Brugge-Zeebrugge
www.watervoorontwikkeling.be	Vlaams Partnerschap 'Water voor ontwikkeling'
www.wetenschapsinformatienetwerk.be	site voor populariseren van wetenschap, technologie en innovatie
www.zonderisgezonder.be	(campagne)site 'Minder pesticiden'

Bijlage

BELEIDSNOTA OVERHEIDSCOMMUNICATIE 2004

We investeren in een transparante en toegankelijke overheidsadministratie die een betrouwbare, doeltreffende en samenhangende dienstverlening uitbouwt, in een breed partnerschap met burgers, ondernemingen, verenigingen, instellingen en organisaties. We garanderen een open overheid zodat burgers, bedrijven en voorzieningen de contacten met de overheid ervaren als toegankelijk, bereikbaar en verstaanbaar. We herdenken de overheid op zodanige wijze dat ze via de nieuwe communicatiemiddelen op een volwaardige wijze in dialoog kan treden met burgers en bedrijven. In haar communicatiebeleid zal de Vlaamse overheid vraaggestuurd ingaan op de communicatiebehoeften van burgers en bedrijven door hen op de hoogte te houden van het bestaand én nieuw beleid, alsook van de bestaande én nieuwe dienstverlening die hen aanbelangen. Kwaliteitsvolle stijl, herkenbaarheid als Vlaamse overheid, informatieve waarde en lage drempel zijn hierbij de richtinggevende principes.

Uit: Vlaams Regeerakkoord Vertrouwen geven. Verantwoordelijkheid nemen

INLEIDING

Doelstelling van de communicatie van de Vlaamse overheid

Communicatie in dienst van de ontvanger, dat is de doelstelling van het communicatiebeleid van de Vlaamse Regering die ervan uitgaat dat de overheid er niet is voor zichzelf, maar in dienst staat van de samenleving. De overheidscommunicatie moet bijgevolg gericht zijn op de belangen van de mensen, individueel en in hun georganiseerde verbanden. De communicatie van de Vlaamse overheid wordt ingeschreven in de algemene doelstelling van de Vlaamse Regering: versterken van de samenleving

en ruimte geven aan het initiatief van de mensen. Communicatie kan nooit een doel op zich zijn, maar dient tegemoet te komen aan de behoeften en de vragen van de ontvangers, in casu de burgers. Doel van de overheidscommunicatie is ook het imago van die overheid te verbeteren. Een imago dat klantvriendelijkheid en transparantie uitstraalt. Zoals vermeld in haar Regeerakkoord zal de Vlaamse Regering in de mate van het mogelijke vraaggestuurd ingaan op de communicatiebehoeften van burgers en bedrijven. Dat betekent dat de overheidscommunicatie gericht moet zijn op enerzijds een makkelijke toegang tot (de informatie van) de overheid en anderzijds een grotere betrokkenheid van de burgers bij het beleid.

1. Openbaarheid van bestuur is een voorwaarde voor een makkelijke toegang tot de overheid en haar informatie. Vlaanderen heeft nood aan een open overheid, die bereikbaar en toegankelijk is voor alle burgers, verenigingen, bedrijven en voorzieningen, en die hun betrouwbare en begrijpbare informatie en diensten levert. Beter geïnformeerde burgers nemen immers betere beslissingen. We dienen de procedures en processen van een overheid ook te herdenken, zodat burgers, verenigingen, bedrijven en voorzieningen op eenvoudige wijze via de nieuwe én de bestaande communicatiemiddelen alle overheidsinformatie kunnen raadplegen en in dialoog kunnen treden met de overheid.

2. Communiceren is in dialoog treden. Overheidscommunicatie impliceert een dialoog tussen de overheid en de bevolking. Deze dialoog tussen overheid en bevolking moet gericht zijn op de bevordering enerzijds van de 'sociale communicatie', namelijk de participatie van de mensen onderling aan de maatschappelijke discussie, en anderzijds van de democratische besluitvorming, namelijk de dialoog van de mensen met de overheid. De Vlaamse Regering wil door communicatie de betrokkenheid van de mensen bij de samenleving en bij het beleid versterken. De samenleving kan niet bestaan zonder betrokken mensen, het beleid komt het best tot stand in nauwe samenspraak met de publieke opinie.

Toegankelijkheid van de overheidsinformatie

Een open overheid is toegankelijk via zoveel mogelijk nuttige communicatiekanalen. Een centrale, geïntegreerde aanpak zorgt ervoor dat er geen ontelbare, naast elkaar staande, loketten ontstaan, maar slechts één uniek loket voor eenduidige en verstaanbare overheidsinformatie en -diensten.

Het unieke loket is vooreerst toegankelijk via de telefoon, fax of brief. Dit gebeurt via de Vlaamse Infolijn (een van de instrumenten van het Contactpunt Vlaanderen), die de burger wegwijs maakt in de Vlaamse overheid. Men kan bij de Infolijn ook terecht voor wegwijsinformatie over federale bevoegdheden zoals pensioenen of loopbaanonderbreking. Tijdens de komende 5 jaar wil de Vlaamse Regering de rol van de Vlaamse Infolijn als uniek overheidsloket verder uitbouwen en ervoor zorgen de overheidsinformatie via verschillende kanalen beschikbaar te maken.

De dienstverlening van de Vlaamse Infolijn steunt op vier pijlers:

- het ontsluiten van bestaande informatie via verschillende kanalen;
- informatieverstrekking: wegwijs- en eerstelijnsinformatie, actualiteitsinformatie, bestellingen van publicaties, ondersteuning bij crisissituaties en calamiteiten;
- het ondersteunen van de overheidsvoorlichting, door ruggensteun te geven aan informatiecampagnes en sectorale infolijnen;
- voor de overheid een signaalfunctie verzekeren, door regelmatige rapportering

Inzake interactiviteit zal optimaal gebruik worden gemaakt van de diensten van Contactpunt Vlaanderen, het interactieve communicatieproject van de Vlaamse overheid dat werkt aan een betere en meer geïntegreerde dienstverlening, afgestemd op de behoeften van de klant. Voor de burger is dit hét unieke loket met de overheid, bereikbaar via verschillende kanalen.

Contactpunt Vlaanderen zal de diensten van de Vlaamse overheid ondersteunen, adviseren en co-

ordineren bij hun contacten met de burger. Contactpunt Vlaanderen moet het unieke loket worden waar burgers, bedrijven en voorzieningen terecht kunnen voor al hun vragen m.b.t. de Vlaamse overheid, en waar ze onafhankelijk van het gekozen kanaal een eenduidig antwoord krijgen.

Bij dit unieke informatie- en interactieloket kunnen burgers, bedrijven en voorzieningen snel, vraaggestuurd en via zoveel mogelijk nuttige kanalen:

- toegang krijgen tot alle overheidsinformatie;
- wegwijs raken in alle overheidsdiensten;
- een dossier bij de overheid opstarten;
- de status van hun dossiers bij de overheid consulteren;
- op eenvoudige wijze in communicatie treden met de overheid;
- eenduidige informatie krijgen, onafhankelijk van het gekozen kanaal.

Met andere woorden, het loket vormt de brug tussen de overheid enerzijds, en de klant anderzijds. Een interactieve brug, waarbij de klant het initiatief neemt om met de overheid in contact te komen, maar ook een proactieve brug, waarbij de overheid een gepersonaliseerde, doelgerichte dienstverlening voorziet.

Contactpunt Vlaanderen beheert alle vraaggestuurde eerstelijnsinformatie van de Vlaamse overheid. Eerstelijnsinformatie is vlot toegankelijk en verstaanbaar voor alle burgers, en dekt het grootste deel van de vragen die de burger stelt aan de overheid. Ze bevat ook de wegwijsinformatie voor de burger doorheen de diensten van de Vlaamse overheid.

Om de meer gespecialiseerde tweedelijnsinformatie vlot te kunnen ontsluiten, biedt Contactpunt Vlaanderen een reeks ondersteunende diensten aan.

‘Oog voor het standpunt van de klant’ is een voortdurende uitdaging. Ook overheidsdiensten dienen hun dienstverlening bekend te maken in termen van de klant/burger. Zowel in gedrukte publicaties als bijvoorbeeld op de website maakt de zogenaamde

organogrambenadering plaats voor een benadering die uitgaat van de concrete vragen, voorkennis en referentiekader van de burger voor wie de voorlichting bedoeld is. Zo streeft de Vlaamse Regering ernaar om de informatie van de Vlaamse overheid meer toegankelijk te maken voor andersvaliden.

Een vraaggerichte oriëntatie van overheidscommunicatie vereist ook aandacht voor doelgroepen en thema's. Een deel van de communicatie van de Vlaamse overheid kan op de eerste plaats bestemd zijn voor bepaalde groepen in de samenleving (zieken, andersvaliden, landbouwers, senioren,...), en pas in tweede instantie voor de totale bevolking. Steeds zal de vraag gesteld moeten worden hoe, afhankelijk van het thema, deze communicatie het best de prioritaire doelgroepen bereikt: via de eigen kanalen van de organisaties van deze doelgroepen, via de nieuwe communicatiemiddelen of via de massamedia? Bepaalde doelgroepen zijn evenwel niet zo gemakkelijk te bereiken. De Vlaamse Regering erkent ook het belang van intermediairen om bepaalde van deze doelgroepen te bereiken en zal strategieën ontwikkelen om deze intermediairen op een systematische wijze in te schakelen in en te betrekken bij haar communicatiebeleid.

Communicatieplanning moet aan deze vragen de nodige aandacht besteden. Een van de belangrijkste vragen die bij de planning en voorbereiding van communicatieacties moet worden beantwoord, is voor welke doelgroep(en) bepaalde thema's prioritair of zelfs exclusief bestemd zijn.

Bekendmaking en herkenbaarheid van de Vlaamse overheid

Voor de mensen is het onderscheid tussen het Vlaamse en het federale niveau niet altijd duidelijk. Ze zijn niet altijd voldoende op de hoogte van de onderscheiden bevoegdheden van de federale, gewestelijke en gemeenschapsoverheden. Ze kunnen altijd een onderscheid maken tussen de federale en de Vlaamse Regeringen. Daarom zal een deel van de communicatie van de Vlaamse overheid gericht moeten zijn op een grotere bekendmaking van haar

dienstverlening.

Een van de middelen hiertoe is de versterking van herkenbaarheid van de communicatie van de Vlaamse overheid. De Vlaamse overheid zal bijzondere aandacht besteden aan haar herkenbaarheid. De eigen huisstijl van de Vlaamse Regering en haar diensten zal als instrument bij uitstek voor de herkenbaarheid verder uitgebouwd en consequent toegepast worden op alle dienstverlening, inclusief wegenwerken, restauratiewerkzaamheden, wagenpark van de Vlaamse administratie, multimediale communicatie, enz.

De huisstijl zal dan ook een niet onbelangrijk onderscheidend kenmerk zijn en moet uitgroeien tot een kwaliteitsmerk inzake publieke dienstverlening.

Vlaanderen heeft gekozen voor een verregaande integratie van Vlaamse Gemeenschap en Vlaams Gewest. Het gebruik van deze termen werkte overigens verwarrend en staat de herkenbaarheid van de staatkundige entiteit Vlaanderen in de weg. Daarom werden in het verleden de termen 'Vlaamse Gemeenschap' en 'Vlaams Gewest' in de communicatie waar mogelijk vervangen door de meer generieke term 'Vlaamse overheid'. Deze strategische keuze blijft ook in de toekomst overeind.

Niet alleen de overheid dient herkenbaar te zijn, ook de informatie die van deze overheid uitgaat, moet als zodanig herkend kunnen worden door de bevolking. De Vlaamse overheidsinformatie moet onderscheiden kunnen worden van alle andere (overheids)informatie. Daartoe wordt alle informatie van de Vlaamse overheid als zodanig gesignd.

In bepaalde gevallen is voor de mensen het onderscheid tussen de verschillende overheden niet alleen niet duidelijk, maar weten ze ook niet op welke overheid hun vraag betrekking heeft en tot welke overheid zij zich derhalve moeten wenden. Voor een antwoord op zijn vraag is de burger dan ook gediend met een samenwerking tussen de verschillende overheden op het vlak van de wegwijsvoorlichting. In uitvoering van artikel 29 van het Decreet Openbaarheid van Bestuur zal de Vlaamse overheid het voortouw nemen om te komen tot een geïnte-

greerd wegwijsvoorlichtingsaanbod van alle overheden waarmee de Vlamingen te maken hebben.

Bekendmaking van het beleid van de Vlaamse Regering

Omdat het beleid van de Vlaamse Regering gericht is op de versterking van de samenleving en het initiatief van de mensen, is communicatie over dat beleid van groot belang.

Er zal aandacht worden gegeven aan de verantwoorde tijdige bekendmaking van beleidsvoorbeleidende en beleidsrelevante teksten. Online-communicatie kan in dat verband een breed assortiment van documenten toegankelijk maken en ontsluiten voor alle belanghebbenden en geïnteresseerden snel tegen een bescheiden kost.

De massamedia spelen een belangrijke rol in de samenleving. Ook voor de bekendmaking van het beleid aan de mensen en de politieke discussies binnen de samenleving zijn ze groot belang. Bijgevolg opteert de Vlaamse Regering voor een snelle en professionele persvoorlichting op alle niveaus van de Vlaamse overheid.

De persvoorlichting over het beleid van de Vlaamse ministers blijft de bevoegdheid van de ministers. Om namens de administratie het woord te voeren ten behoeve van de pers bestaat er een systeem van ambtelijke woordvoerders. Tussen elke minister en de ambtelijke woordvoerders van de beleidsdomeinen die onder zijn/haar bevoegdheid ressorteren, zullen onderlinge werkafspraken worden gemaakt. De informatieambtenaar van het ministerie van de Vlaamse gemeenschap speelt in deze een coördinerende en faciliterende rol.

De persmededelingen van de Vlaamse Regering, de Vlaamse ministers en hun diensten zullen zo ruim mogelijk bekendgemaakt worden. Zij zijn niet alleen bedoeld voor de algemene en gespecialiseerde massamedia, maar worden ook via digitale weg gratis verspreid naar alle belangstellenden. Concreet heeft de bevolking de mogelijkheid een

elektronisch abonnement te nemen op de persberichten van de Vlaamse overheid. Daarnaast worden alle persberichten gepubliceerd op de portaalsite www.vlaanderen.be. Door deze ruime verspreiding zijn de persmededelingen een belangrijk instrument in de actieve publieksvoorlichting van de Vlaamse Regering en haar diensten.

Voor een zo ruim mogelijke actieve bekendmaking van haar nieuw en bestaand beleid en dito dienstverlening zal de Vlaamse overheid, waar ze het opportuun acht, naast de hoger vermelde persvoorlichting gebruikmaken van multimediale campagnes. Mediacampagnes zijn duur en moeten daarom zeer weloverwogen worden ingeschakeld. Campagnes van de Vlaamse overheid zullen in de eerste plaats betrekking dienen te hebben op de voor de bevolking (of delen daarvan) relevante dienstverlening van de overheid en de concrete gevolgen voor de bevolking van het overheidsoptreden. De Vlaamse Regering stelt hoge eisen aan de kwaliteit en creativiteit van de overheids campagnes. Voor de uitwerking ervan zal maximaal gebruik worden gemaakt van de in Vlaanderen (en Europa) aanwezige creativiteit.

Er zal werk gemaakt worden van een professionele organisatie van de crisiscommunicatie bij de diensten van de Vlaamse Regering, er zullen met andere woorden pro-actief structuren en procedures opgezet worden die het mogelijk maken een adequate communicatieondersteuning te bieden bij crisissen. Hierbij wordt een belangrijke rol voorzien voor de Vlaamse Infolijn voor de telefonische opvang van informatievragen. Als volledig operationeel callcenter kan de Vlaamse Infolijn ook ondersteuning bieden bij rampen waar de Vlaamse overheid niet rechtstreeks bij betrokken is. Er zal samenwerking worden gezocht en uitgebouwd met alle bij crisissen betrokken overheidsinstanties (crisiscentrum van de federale regering, Ministerie van Binnenlandse Zaken, Civiele Bescherming, provinciegouverneurs, burgemeesters,...)

Organisatie van de communicatie

De verantwoordelijkheid voor de communicatie over het beleid en de dienstverlening berust op de eerste plaats bij de ministers, de administratie en de instellingen die inhoudelijk bevoegd zijn voor de dienstverlening en het beleid in kwestie. Wie aan beleid en dienstverlening doet, moet er dus ook over communiceren, dat is niet enkel een bevoegdheid maar ook een opdracht.

De algemene en overkoepelende voorlichting van de Vlaamse Regering en het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap als geheel wordt centraal georganiseerd. De minister-president is bevoegd voor de algemene communicatie van de Vlaamse Regering en haar diensten en voor de coördinatie van het communicatiebeleid. Hij kan hiervoor steunen op de informatieambtenaar, op diens cel Externe Communicatie en de afdeling Communicatie & Ontvangst.

Deze centrale communicatieverantwoordelijken hebben volgende opdrachten:

- de algemene (pers)voorlichting over de Vlaamse Regering en haar diensten;
- de ondersteuning van de minister-president bij de coördinatie van communicatie van de Vlaamse overheid en bij het uitwerken en realiseren van het algemene communicatiebeleid;
- de ondersteuning van de diensten van de Vlaamse Regering bij de uitwerking en realisatie van hun communicatie-initiatieven, waaronder de multimediale campagnes;
- de vorming en bijscholing van de communicatieambtenaren binnen de administratie en de coördinatie van hun werking;
- de coördinatie en integratie van de communicatie van de diensten van de Vlaamse Regering, en de uitbouw van sturingsmechanismen ter zake;
- de coördinatie met de communicatie van de overige geledingen van de Vlaamse overheid;
- de coördinatie met de communicatie van de andere overheden;
- de verantwoordelijkheid voor de kwaliteitszorg van de Vlaamse overheidscommunicatie;

- het fungeren als aanspreekpunt voor de Expertencommissie Overheidscommunicatie en de Controlemcommissie Regeringsmededelingen en de Controlemcommissie Verkiezingsuitgaven;
- het verlenen van advies inzake deontologische aspecten rond (overheids)communicatie.

Communicatie-initiatieven van de Vlaamse Regering, haar ministers en haar diensten worden deels gefinancierd uit het centrale communicatiebudget, en deels vanuit sectorale budgetten. Het gebruik van het centrale mediabudget (programma 11.2 - basisallocatie 12.20) is bestemd voor de financiering van

- de algemene of overkoepelende mediacampagnes van de Vlaamse Regering, met inbegrip van de campagnes ter ondersteuning van de Vlaamse identiteit;
- de campagnes die uitgaan van de administratie Kanselarij & Voorlichting;
- effectonderzoek/metingen;
- modaliteiten ter ondersteuning van overheids-campagnes;
- de modaliteiten die de persvoorlichting (via Belga) mogelijk maken.

De Vlaamse ministers voorzien voor de afzonderlijke acties en campagnes ter ondersteuning van hun (eigen) beleid en dienstverlening eigen communicatiebudgetten.

Organisatorisch wordt de klemtoon gelegd op een meer geïntegreerde aanpak van de communicatie: ze zal volwaardig worden geïntegreerd in de beleidsvoorbereiding, -uitvoering en dienstverlening van de Vlaamse overheid. Ze zal ook meer planmatig en in professionele richting worden uitgebouwd.

Door dit grote belang dat aan overheidscommunicatie wordt toegekend, engageert de Vlaamse Regering zich ertoe al in een vroeg stadium van het beleidsvormingsproces de nodige aandacht te besteden aan het communicatieve luik. Bij de planning en concrete uitvoering van projecten alerhande zal communicatie niet uit het oog worden verloren.

Gaandeweg wil de Vlaamse Regering bereiken dat ook elk der belangrijke voorstellen van beleids- en dienstverleningsprojecten die aan de Vlaamse Regering voor goedkeuring voorgelegd worden en direct relevant zijn voor de hele Vlaamse bevolking of voor substantiële doelgroepen, aangeeft op welke wijze die communicatie over het project zal worden aangepakt (met inbegrip van de budgettaire weerslag op welomschreven begrotingsposten). Nagegaan zal worden hoe dit in de praktijk kan worden toegepast en op welke wijze de communicatieverantwoordelijken hierbij kunnen worden betrokken.

Communicatiejaarplannen worden per beleidssector opgemaakt in nauwe samenspraak tussen kabinetten en administratie. De communicatiejaarplannen zijn bedoeld om de planning van de communicatie te stroomlijnen en te vergemakkelijken. Zij helpen alle betrokkenen tijdig en op een gestructureerde wijze na te denken over boodschap, doelpubliek en timing van de communicatieacties die zij zich voornemen te ontwikkelen, en over de wijze waarop een en ander binnen de administratie moet worden ondersteund.

Samenwerking met andere overheden

De Vlaamse Regering engageert zich om het voortouw te nemen in het opstarten van samenspraak en het streven naar samenwerking inzake communicatie met de andere overheden. Dit zal niet alleen gelden voor ad hoc problemen of uitdagingen, er zal ook worden gestreefd naar een bredere wederzijdse informatie-uitwisseling en samenspraak tussen de communicatieverantwoordelijken van de verschillende overheden (federale overheid, provinciebesturen en gemeentebesturen).

Gemeenten en provincies worden door de Vlaamse overheid beschouwd als preferentiële partners op communicatief vlak. Aangezien zij als bestuursniveau het dichtst bij de burger staan, vervullen zij een belangrijke loketfunctie waarlangs ook informatie van de Vlaamse overheid bij de burger terecht kan komen. Hetzelfde geldt voor OCMW's,

temeer daar uit diverse onderzoeken is gebleken dat de laagste sociale klassen het minst in contact komen met overheidsinformatie.

Een vlotte en stevig georganiseerde interne communicatie vormt een onmisbaar onderdeel van een open, klantvriendelijke en op efficiëntie gerichte cultuur binnen de Vlaamse overheid. Zij is ook essentieel voor de externe communicatie. De onderscheiden geledingen van de Vlaamse overheid hebben daarom de opdracht de nodige initiatieven te nemen voor een intense interne communicatie binnen hun entiteit.

Yves LETERME

Minister-president van de Vlaamse Regering
en Vlaams minister van Institutionele Hervormingen, Landbouw, Zeevisserij en Plattelandsbeleid

Bijlage bij de beleidsnota

REGELGEVEND KADER

1. Openbaarheid van Bestuur

Het decreet van 26 maart 2004 betreffende de Openbaarheid van bestuur beoogt de invulling van het beginsel van openbaarheid van bestuur via de instrumenten van passieve en actieve openbaarheid.

Het Openbaarheidsdecreet verplicht de Vlaamse overheid ertoe uit eigen beweging de bevolking systematisch, tijdig en in begrijpelijke vorm voor te lichten over het beleid, de decreten, de besluiten en andere regelgeving en over de informatie die bij hen beschikbaar is. Deze beleidsnota overheidscommunicatie streeft naar een brede invulling van de hier bedoelde actieve openbaarheid.

De tweedeling tussen passieve en actieve openbaarheid gaat ietwat voorbij aan de vaststelling dat vooral de nieuwe multimedia het gemakkelijker mogelijk maken een tussenweg te bewandelen. Daarbij gaat de overheid weliswaar niet over tot een brede bekendmaking en promotie van bepaalde soorten informatie, maar ontsluit zij die informatie wel (bv. rapporten, verslagen, studies...) ten behoeve van belanghebbenden of geïnteresseerden. Het internet is een van de kanalen voor deze ontsluiting.

2 Controle overheidscommunicatie en regeringsmededelingen

Het decreet van 19 juli 2002 houdende de controle op de communicatie van de Vlaamse overheid voorzagt in de oprichting van een Expertencommissie voor Overheidscommunicatie die waakt over de naleving van de door de leden ervan opgestelde normen. Deze normen worden momenteel uitgewerkt door de commissie.

De Vlaamse Regering verbindt zich ertoe haar communicatie te organiseren binnen het door de Expertencommissie vastgestelde normenkader.

Eveneens op 19 juli 2002 nam het Vlaams Parlement het decreet houdende controle op de regeringsmededelingen aan. Het decreet voorzagt in de oprichting van een Controlecommissie voor Regeringsmededelingen die op verzoek van de Vlaamse Regering of één of meer van haar leden, na een klacht of ambtshalve controleert of een regeringsmededeling niet geheel of ten dele tot doel heeft het imago van de regering, één of meer van haar leden, van een politieke partij of van één van haar geledingen te beïnvloeden. In het decreet wordt de term regeringsmededeling als volgt omschreven: 'elke voor het publiek bestemde mededeling, boodschap, voorlichtings- of sensibiliseringscampagne of elk ander communicatie-initiatief, ongeacht de gebruikte kanalen of media, van de Vlaamse Regering of van een of meer van haar leden die verwijzingen naar de Vlaamse Regering bevat of de naam of de afbeelding of de titulatuur van een of meer van haar leden'.

De Vlaamse Regering streeft naar een open en vlotte relatie met de Controlecommissie Regeringsmededelingen.

**Samenstelling**

Jan De Naeyer
Voorlichtingsambtenaar

Verantwoordelijke uitgever

Armand De Troyer
Directeur-generaal AKV
Boudewijnlaan 30
1000 Brussel

Grafische vormgeving

Ingrid Van Rintel
Afdeling Communicatie & Ontvangst

Druk

Drukkerij Beukeleirs, Lint

Depotnummer

D/2005/3241/169

Uitgave

Augustus 2005

Dit jaarverslag werd gedrukt op milieuvriendelijk papier.