



# HOE COMMUNICATIE- AFSPRAKEN MAKEN?

Een inspiratienota voor  
lokale communicatie\*

Update 18 november 2019

\* maar leerrijk  
voor elke publieke organisatie

*Bedankt aan provincie Vlaams-Brabant  
om dit initiatief te stimuleren*

[www.kortom.be](http://www.kortom.be)

## Dit is een gratis publicatie van Kortom vzw

Deze inspiratienota krijg je omdat je deel uitmaakt van het brede Kortomnetwerk van communicatieprofessionals in de publieke sector.

Wist je dat we nog veel meer kennis over veel meer verschillende onderwerpen in huis hebben? Ontdek het op [www.kortom.be](http://www.kortom.be).

### Wat doet Kortom vzw?

Kortom, de onafhankelijke vereniging voor overheids- en socialprofitcommunicatie,

- ondersteunt het recht op toegankelijke informatie.
- verbetert de kwaliteit van die communicatie.
- verbindt iedereen met een communicatie-opdracht en verhoogt zijn expertise.

Kortom is een warme organisatie die, gedreven door de vragen van haar leden, op een onafhankelijke manier deskundige antwoorden formuleert.

#### Met medewerking van:

Jaan Bartholomees (Gemeente Kortenberg)  
Winnie Ceulemans (Gemeente Oud-Heverlee)  
Karlien Craps (Gemeente Huldenberg)  
Marieke Debels (Gemeente Overijse)  
Ann Dosfel (Gemeente Haacht)  
Gasparina de Laat (Gemeente Kortenberg)  
Hilde Eyers (Gemeente Lubbeek)  
Nadia Gijsemans (Gemeente Tremelo)  
Sandra Goossens (Gemeente Londerzeel)

Silke Hermans (Gemeente Wemmel)  
Kim Maex (Stad Scherpenheuvel-Zichem)  
Mélanie Mahaux (Gemeente WezembEEK-Oppem)  
Ashley Mertens (Gemeente Rotselaar)  
Sophie Nolens (Gemeente Kampenhout)  
Sigrid Peeters (Gemeente Kortenaeken)  
Agnes Penninckx (OCMW Grimbergen)  
Caroline Rosseels (Gemeente Hoeilaart)  
Bart Van de Laar (Gemeente Tielt-Winge)  
Cindy Verhoeven (Gemeente Herne)  
Loes Vermeulen (Gemeente Lubbeek)

Deze inspiratienota werd gevoed door **bestaande afsprakennota's** van onderstaande steden en gemeenten. Soms ging het om afsprakennota's over de volledige communicatie, soms om specifieke aspecten (informatieblad, sociale media, ...).

Stad en OCMW Antwerpen  
Gemeente Berlare  
Gemeente Bornem  
Gemeente Dessel  
Gemeente Edegem  
Gemeente Gavere  
Stad Geel  
Stad Genk  
Stad Gent  
OCMW Geraardsbergen  
Gemeente Ham  
Stad Harelbeke

Stad Herentals  
Gemeente Holsbeek  
Gemeente Houthalen-Helchteren  
Stad Kortrijk  
Gemeente Kraainem  
Gemeente Leopoldsburg  
Stad Lier  
Gemeente Overijse  
Stad Sint-Truiden  
Provincie West-Vlaanderen  
Gemeente Zwijndrecht



# HOE COMMUNICATIE- AFSPRAKEN MAKEN?

**Een inspiratienota voor  
lokale communicatie\***

Eric Goubin

# 1. Waarom afspraken maken?

In organisaties is er vaak discussie over **wat kan, wat mag, wat moet en wat níet kan** in de communicatiewerking. Elke medewerker of mandataris heeft een eigen idee over de aanpak van communicatie. Uiteindelijk willen we allemaal goed communiceren, willen we dat onze boodschap begrepen wordt door onze doelgroep(en). Maar dat kan moeilijk als je elkaar voor de voeten loopt, of als je vanuit de organisatie op verschillende, soms zelfs tegenstrijdige manieren communiceert.

## Richten, inrichten, stroomlijnen

Het is zaak de werkpunten te benoemen en daarover afspraken te maken in de organisatie. Op die manier kan je samen de communicatie **richten** (wat willen we bereiken?), **inrichten** (welke rolverdeling en welke initiatieven?) **en stroomlijnen** (hoe laten we dit allemaal geolied verlopen?).

## In cocreatie

Deze **inspiratienota** geeft een overzicht van mogelijke communicatieafspraken. Die komen niet zo maar uit de lucht vallen. Het is een bloemlezing van nuttige, bestaande afspraken bij lokale overheden. Maar opgelet: **dit is zeker geen 'standaardreglement'**. Elke organisatie heeft haar **eigen context**, historiek en gevoeligheden: communicatieafspraken zijn maatwerk.

Een oproep via de Kortomkanalen leidde tot een inventarisatie van afsprakennota's bij 26 lokale en provinciale besturen. Op initiatief van **Kortom en de Provincie Vlaams-Brabant** gingen een twintigtal lokale communicatie-verantwoordelijken daarmee aan de slag. Ze formuleerden mogelijke basisafspraken voor onder meer de rollen van de communicatiedienst, de wisselwerking tussen gemeentediensten en politieke mandatarissen, omgaan met pers en sociale media...

Deze nota bundelt die afspraken. Zo krijg je een overzicht van afspraken die je in een organisatie verder ontwikkelt om **het communicatiewerk consistent, kwaliteitsvoller en effectiever te maken**. Dat helpt bovendien om aanslepende discussies over 'wie wat moet doen' de wereld uit te helpen.

## Maak je eigen bouwpakket

Laat je inspireren, en neem deze voorbeeld-afspraken mee als bouwpakket voor communicatieafspraken in je eigen organisatie.

Het is niet de bedoeling om alle afspraken in deze inspiratienota mee te nemen in je eigen afsprakennota. Dat is overkill. Neem de afspraken mee die **wenselijk en haalbaar** zijn, en schaaft ze bij om ze helemaal **op maat** van je eigen werkomgeving te schoeien.

Tenslotte: we hebben vanuit Kortom de intentie om deze inspiratienota regelmatig te updaten. Alle tips en ideeën stuur je naar [Eric@Kortom.be](mailto:Eric@Kortom.be).

## 2. Wat is kwaliteitsvolle overheidscommunicatie?

We communiceren in de allereerste plaats om **democratie en dienstverlening te versterken**. Daarbij staat het **publiek centraal**, niet de overheid of de mandatarissen. Dat bevordert de geloofwaardigheid van communicatie en democratie. De indruk mag niet ontstaan dat de organisatie op zichzelf is gericht.

We **scheiden** overheidscommunicatie en politieke communicatie, met het besef dat die grens niet altijd even scherp is.

### Het bestuursdecreet als leidraad

Het Vlaamse bestuursdecreet (van kracht sinds 1 januari 2019) is een belangrijke leidraad voor communicatie-afspraken. Je kan ze met wat duiding erbij zelf raadplegen:

<https://overheid.vlaanderen.be/communicatie-in-het-nieuwe-vlaamse-bestuursdecreet>.

Dit zijn alvast de meest prominente kwaliteitscriteria in het bestuursdecreet:

- De overheid maakt werk van goede, **actieve voorlichting**.
- De gepubliceerde informatie is **correct en betrouwbaar**.
- De communicatie is **relevant en gericht**.
- De overheid communiceert **tijdig en systematisch**.
- Informatie is **makkelijk te vinden** voor we er naar op zoek gaat.
- De communicatie verloopt in de standaardtaal en is **begrijpelijk** voor de ontvanger.
- De communicatie is **politiek neutraal**.
- De communicatie is **commercieel neutraal**.
- Het is **herkenbaar** van wie de communicatie komt.
- De overheid staat **open voor conversatie** met burgers.
- De inzet van **middelen moet in verhouding** staan tot het beoogde resultaat.

# 3. Welke rollen heeft een eigentijdse communicatieafdeling?

Mandatarissen en medewerkers hebben vaak verschillende (al dan niet uitgesproken) verwachtingen over de rol van de communicatie-dienst. In de loop der jaren groeide het besef dat een communicatiedienst zo veel meer kan betekenen dan een winkel die folders maakt. Want misschien heb je, om je communicatie- doel te bereiken, helemaal geen folder nodig, maar een heel andere aanpak.

Communicatie is een vak. Het is zaak die kennis en expertise volop mee te nemen in gemeentelijke democratie en dienstverlening, in het hart van de organisatie.

Recent onderzoek uit Nederland en Vlaanderen duidt aan dat de 'ideale' communicatieafdeling zes verschillende hoofdrollen opneemt (zie rechterkolom).

## Denken en doen

In de praktijk van – nog te veel - organisaties wordt de communicatieafdeling in de hoek van de twee laatste rollen geduwd: de 'doenerige' rollen van communicatie en communicatieproducten realiseren en coördineren. Communicatie is meer dan een doe-lab, meer dan een facilitaire dienst. Om de hele organisatie communicatief sterker te maken zijn afspraken en maatregelen nodig om de vier andere rollen volwaardig op te nemen: als strateeg, observator, bruggenbouwer en coach. Uiteraard kan een eenmansdienst niet alle 6 rollen opnemen en moeten ook daar keuzes gemaakt worden.

Communicatie is verweven in de hele organisatie en verdient een strategische plek. De communicatiedienst handelt vanuit een helikopterperspectief, ze verbindt diensten en bevordert samenwerking.

## ZES ROLLEN



### 1 STRATEEG

De communicatieafdeling is **strategische gesprekspartner** van bestuur en management: ze bepaalt hoe communicatie helpt om de organisatiedoelen te bereiken, en wat daarvoor prioritair moet gebeuren.



### 2 OBSERVATOR

De communicatieafdeling ontwikkelt een venster op de wereld: ze monitort in pers, online en offline omgevingen wat speelt in de samenleving, op de eigen werkerreinen, bij de doelgroepen.



### 3 BRUGGENBOUWER

De communicatieafdeling verbindt de binnen- en de buitenwereld en is zo gangmaker en hoeder van dialoog en co-creatie.



### 4 COACH

De communicatieafdeling is coach van medewerkers. Ze helpt de organisatie en haar medewerkers om overal te velde hun eigen communicatierol op te nemen.



### 5 REALISATOR

De communicatieafdeling maakt communicatieproducten of faciliteert anderen in de organisatie om dit doel- en doelgroepgericht en kwaliteitsvol te (laten) doen.



### 6 COÖRDINATOR CORPORATE COMMUNICATIE

De communicatieafdeling vertaalt de missie en visie van de organisatie naar een merkbeleid en passende huisstijl, en maakt werk van de corporate communicatiekanalen.

*Meer lezen over dit onderwerp: het rapport 'de nieuwe communicatiedienst' (Kortom vzw, 2019)*

# 4. Communicatieafspraken die inspireren

Afspraken zijn keuzes. We herhalen nog even: deze afspraken zijn niet voor elke lokale overheid even relevant of realistisch. Haal er à la carte uit wat voor jouw bestuur inspirerend en nuttig is, en vul het aan om een eigen afsprakennota te maken.

## 4.1 Afspraken die helpen om beleid te vertalen naar communicatiebeleid

1. De communicatiedienst is **verantwoordelijk voor** de opmaak, de planning en de evaluatie van een communicatiebeleidsplan.  
*het vergadergedeelte over delicate, persoonsgebonden agendapunten.*
2. De **schepen van communicatie** en de communicatieverantwoordelijke zitten op regelmatige basis samen om de communicatiedoelen te bespreken en bij te sturen.
3. De communicatieverantwoordelijke is lid van het **managementteam**. Dat is nodig om beleid en beslissingen snel in communicatie om te zetten en om het hele management communicatie-alert te houden.  
**Variant:** De communicatieverantwoordelijke is enkel waarnemend lid en/of neemt niet deel aan
4. De communicatieverantwoordelijke heeft **inza-ge in de agenda** van college van burgemeester en schepenen en het managementteam. Hij geeft vooraf communicatieadvies. Hij krijgt onmiddellijk na de vergadering informatie over de genomen en te communiceren beslissingen.
5. Bij de te nemen beslissingen van managementteam en college van burgemeester en schepenen voorzien we een **communicatieparagraaf**. Daarin staat wie over deze beslissing geïnformeerd moet worden (intern en extern) en wie verantwoordelijk is voor deze communicatie.

---

## 4.2 Een goede wisselwerking tussen politieke mandatarissen en gemeentelijke diensten

6. **Burgemeester, schepenen en diensthoofden** houden elkaar op de hoogte van beleidsaangelegenheden en de uitvoering ervan. Zij voorzien hiervoor een structureel, maandelijks overleg.
7. **Beleidsafspraken** worden enkel gemaakt via het college van burgemeester en schepenen, niet individueel tussen een schepen en een ambtenaar/dienst.
8. De burgemeester en algemeen directeur koppelen terug met de betrokken diensten over **de beslissingen van het college**. Dat gebeurt snel na de vergadering (bijvoorbeeld via vergadersoftware of via een toelichtingsmoment).
9. Terugkoppeling over **personeelsbeslissingen** gebeuren via de algemeen directeur, niet via de leden van het college van burgemeester en schepenen.

## 4.3 Gemeentediensten en communicatiedienst: elk met een eigen rol in communicatie


10. De communicatiedienst **begeleidt en ondersteunt de diensten** bij de communicatie over hun werk. In onderling overleg en afhankelijk van de noden gebeurt deze ondersteuning in eigen huis of met inzet van externen.
11. We vermijden een last-minute inzet van de communicatiedienst. Als een gemeentedienst een **project voorbereidt** dat om communicatie vraagt, overlegt deze in een vroeg stadium met de communicatiedienst over doelen, aanpak, planning en inzet (kosten, mensen, ...) van de communicatie.
12. De communicatiedienst is niet louter een producent en beheerder van kanalen. De communicatiedienst neemt ook **rollen** op als observator, communicatiestrategie en communicatiecoach.
13. De communicatiedienst ondersteunt medewerkers die dagelijks in **contact** komen met **burgers** (onthaal, buitendiensten, loket, ...) bij de uitvoering van hun informatietaak.
14. De communicatiedienst informeert en sensibiliseert de diensten over **openbaarheid van bestuur**. Ze registreert en behandelt de aanvragen.
15. De (verantwoordelijke of een medewerker van de) communicatiedienst treedt op als **klachtencoördinator**. Deze registreert de klacht, vraagt intern feedback bij collega's/ schepenen en beantwoordt de klacht.  
(nvdr: Het is geen wettelijke verplichting dat de communicatiedienst instaat voor klachtenbehandeling. Als de communicatiedienst hier geen rol heeft: vermelden wie dit wel opneemt).
16. De communicatiedienst ontwikkelt en beheert een **beelddatabank**.
17. De communicatiedienst werkt samen met een **redactieraad**. Deze raad werkt mee aan redactiebeleid en aan de selectie, de planning en de content voor de verschillende kanalen van de gemeente: magazine, website, nieuwsbrief, sociale media, ... . De communicatiedienst maakt werk van contentplanning en kwaliteitszorg. (Bepaal ook de samenstelling, rollen en taken van de redactieraad).
18. Alle personeelsleden, en in het bijzonder de diensthoofden, stellen zich **communicatieminded** op: zij trainen hun communicatireflexen en geven hun onderwerpen of andere suggesties met betrekking tot interne en/of externe communicatie door aan hun diensthoofd en/of de communicatiedienst.
19. **Leidinggevenden** hebben een prominente verantwoordelijkheid als sleutelfiguur in interne en externe communicatie. Zowel bij aanwerving, functioneringsgesprekken als evaluatie van leidinggevenden is dit een belangrijk aandachtspunt.
20. Het **niet naleven** van de gemaakte communicatieafspraken wordt door de communicatieverantwoordelijke informeel en constructief besproken met de betrokkene(n). Indien dit niet volstaat, wordt dit meegedeeld aan de algemeen directeur, die het dossier verder opvolgt.

---

## 4.4 Kwaliteitszorg

21. De communicatiedienst ziet toe op de naleving van de decretale **normen voor overheidscommunicatie**: heldere taal, duidelijkheid over de fase van de besluitvorming, herkenbaarheid van de lokale overheid, politieke neutraliteit, commerciële neutraliteit, correct gebruik van externe media.
22. De communicatiedienst bevordert, ondersteunt en bewaakt **inclusieve communicatie**. Ze ontwikkelt inhoud, kanalen en vormgeving op een manier zodat dat niemand uit de boot valt. Ze heeft aandacht voor klare taal, webtoegankelijkheid en diversiteit en maakt weloverwogen keuzes tussen mondelinge, gedrukte en digitale communicatie.



23. In alle content (tekst en beeldmateriaal) zetten we niet onszelf als organisatie, maar het **publiek centraal**, in al haar diversiteit.
24. De communicatiedienst coördineert, faciliteert en bewaakt het correct gebruik van de gemeentelijke **huisstijl**.
25. De communicatiedienst ontwikkelt en coördineert het **merkenbeleid**. Dit geeft aan in welke mate andere namen, logo's, kanalen... dan deze van het hoofdmerk mogelijk zijn.
26. In de gemeentelijke publiekskanalen maken we een heldere keuze: we hanteren ofwel de **je-vorm ofwel de u-vorm**. In correspondentie en in dossiers houden we het in elk geval bij de meer zakelijke u-aanspreking.
- (nvdr: wie hierover in de ene of in de andere richting wil beslissen kan hierover de Kortom-beschouwingen nalezen op <https://www.kortom.be/kennis/7706/faq-je-of-u-hoe-spreek-je-je-doelgroep-aan>) 
27. De communicatiedienst ontwikkelt en coördineert het **beeldbeleid** van de gemeente. Zij ontwikkelt richtlijnen die de kwaliteit en de bescherming van de privacy waarborgen.
28. Bij beeldmateriaal zijn we alert voor het respecteren van **auteursrechten**.
29. De communicatiedienst **volgt de ontwikkelingen** in het communicatievak en neemt deel aan opleidingen, onderzoek, collegawerkgroepen... om haar kennis en expertise up-to-date te houden.

## 4.5 Politieke neutraliteit in lokale overheidscommunicatie

30. We communiceren in de gemeentelijke kanalen enkel over **beslist beleid of beleid-in-ontwikkeling**.
- Beslist beleid**  
Communicatie over beslist beleid gaat over de bestuurlijke organisatie, beslissingen, regelgeving, dienstverlening of de rechten van de burger. Dit wordt systematisch, neutraal, objectief, tijdig en toegankelijk gecommuniceerd.
- Beleid-in-ontwikkeling**  
Met communicatie over beleid-in-ontwikkeling stimuleren we publieke discussie en betrokkenheid. Zo willen we de participatie van burgers bevorderen. Het bestuur is zender van zo'n communicatie. Ze is niet wervend, beperkt zich tot de weergave van de feiten en is zakelijk van toon.
- Niet-beslist beleid**  
Beleidspunten zonder beslissing komen niet in aanmerking voor bekendmaking via de gemeentelijke communicatiekanalen.
31. Meerderheidsstandpunten of adviezen van het schepencollege mogen niet worden gecommuniceerd alsof het lijkt dat de beslissing al effectief genomen is. Dat kan pas na goedkeuring door de **gemeenteraad**.
32. **Politieke mandatarissen komen niet voor in de gemeentelijke kanalen**, tenzij in vooraf bepaalde uitzonderingen, zoals:
- Overzichtspagina van het schepencollege (bijvoorbeeld in informatieblad en website).
  - Voorstelling van het gemeentelijke beleidsplan
  - Voorstelling nieuwe gemeenteraad / schepencollege ; in de loop van de legislatuur: voorstelling van nieuwe leden, die mandatarissen die ontslag nemen vervangen.
  - Duiding van beleid.
  - In infoblad: (kort) voorwoord (maar niet in de sperperiode).
  - In crisissituaties verwacht de bevolking dat de burgemeester een leidende rol opneemt (als woordvoerder).
33. Politieke communicatie werkt liefst ondersteunend aan gemeentelijke communicatie en versterkt deze op een positieve manier. **Politieke communicatie** komt bij voorkeur **pas na de gemeentelijke communicatie** (bvb. bij nieuwe beslissing van het schepencollege, lancering van projecten, ...).

### 34. Mandatarissen interveniëren niet in, maar versterken gemeentelijke communicatie:

- Vragen/reacties op posts geplaatst op de gemeentelijke **sociale media** worden beantwoord door de beheerder van het account en niet vanuit de persoonlijke accounts van mandatarissen. Als de burgemeester of schepenen een dringende tussenkomst wenst, contacteert hij/zij hiervoor het diensthoofd communicatie.
- Voor een reactie op **kritische berichten** stemt de beheerder eerst af met het bestuur.
- Politici kunnen op sociale media berichten van de gemeentelijke kanalen **delen**. Politici zijn belangrijke 'influencers' en hebben een groot aantal volgers/ vrienden. Dus is ook hun interactie op dat gebied een meerwaarde voor het bereik.
- Mandatarissen engageren zich om uit gemeentelijke bronnen **geen** administratieve **documenten**, persoonsgegevens, beelden en plannen te gebruiken in **politieke communicatie**.

**35. Briefwisseling** wordt ondertekend door de algemeen directeur en de bevoegde mandataris (burgemeester, schepenen, voorzitter vast bureau, GR-/OCMW-voorzitter,...). We werken niet met medeondertekening door niet-bevoegde schepenen of leden van het vast bureau.  
*of*  
Alle briefwisseling en uitnodigingen van het bestuur worden ondertekend door de algemeen directeur en de burgemeester.

**36. Mandatarissen die een melding of vraag ontvangen** van een burger engageren zich om de weg te tonen naar de gemeentelijke kanalen voor meldingen, vragen en klachten, zonder zelf al een antwoord te formuleren. De verantwoordelijke dienst engageert zich om de burger een antwoord op de melding te bezorgen en informeert de schepenen hiervan.

**37. Gemeentelijke medewerkers en gemeentelijke communicatiekanalen** stellen zich politiek terughoudend op:

- In hun keuze van 'vrienden', het 'leuk vinden' en het delen van berichten van andere pagina's stellen de beheerders van de gemeentelijke **sociale media** zich politiek neutraal op.
- **Functiegebonden profielpagina's** op Facebook (bijvoorbeeld van de centrumcoach, de jongerenwerker,...) kunnen politici of politieke verenigingen te vriend hebben/volgen maar mogen daarbij geen onderscheid maken in de partijen. Ze blijven zich neutraal opstellen.
- Gemeentelijke sociale media kunnen geen **pagina's of berichten van politici** of politieke partijen/verenigingen/ belangengroepen leuk vinden of delen.  
Dit geldt ook voor pagina's of berichten van merken of **commerciële bedrijven en handelszaken**.
- Binnen de lokale overheid wordt door medewerkers **geen reclame** gemaakt voor één of andere politicus, noch bij medewerkers noch bij cliënten of bezoekers. Dit kan noch gedrukt, noch digitaal noch mondeling.
- Gemeentepersoneel werkt niet mee aan de **persoonlijke kanalen** van mandatarissen (vb. hun persoonlijke Facebookpagina).

## 4.6 Crisiscommunicatie

38. Bij de afkondiging van de gemeentelijke noodfase is de communicatieverantwoordelijke als D5 een cruciale schakel. Dat betekent een **snelle inzet** van de communicatieverantwoordelijke in het crisiscentrum tijdens noodplanning.
39. In noodsituaties brengt D5 enkel de door de gemeentelijke coördinatiecel gevalideerde informatie naar buiten. De communicatieverantwoordelijke krijgt daarvoor input van de verschillende disciplines (medisch, noodplan-ambtenaar, hulpverlening, politie,...).
40. Bij crisissituaties wordt altijd gecommuniceerd vanuit de burgemeester (of zijn vervanger) of de woordvoerder (diensthoofd communicatie of vervanger). Zij consulteren elkaar en de ambtenaar noodplanning over de inhoud van de boodschap

---

## 4.7 Perscommunicatie

41. De communicatiedienst is samen met het college van burgemeester en schepenen verantwoordelijk voor de **persplanning** (met periodieke terugkoppeling).
- Overheid zoekt pers**
42. De **opmaak** van de persberichten en het beslissen over de **nieuwswaardigheid** daarvan gebeurt door de communicatiedienst. De betrokken dienst is inhoudelijk verantwoordelijk en geeft toelichting.
43. Persuitnodigingen en -berichten worden **verstuurd** door de communicatiedienst. In geen geval mogen andere diensten of kabinetten zelf een persbericht, documenten, informatie naar de pers doorsturen.  
**Variant:** enkel de communicatiedienst staat in voor het versturen van de persberichten voor de organisatie, tenzij bij vooraf bepaalde uitzonderingen (bvb. het cultuurcentrum onderhoudt over haar programmatie zelf contacten met de pers).
44. Persberichten: worden enkel ter **goedkeuring** voorgelegd aan de burgemeester, de algemeen directeur en de betrokken dienst.  
**Variant 1:** de persberichten worden vooraf nagelezen door de bevoegde schepen(en) of kabinetsmedewerker. De burgemeester (of kabinetschef) geeft de finale goedkeuring.  
**Variant 2:** de persberichten bevatten een quote van de mandataris.
45. Bij het uitsturen van persberichten staan leden CBS, GR en Bijzonder Comité in kopie zodat ze **op de hoogte zijn** van de perscommunicatie.
46. We gaan **spaarzaam** om met **persconferenties**: enkel als ze echt voldoende nieuwswaardig zijn om journalisten te engageren aanwezig te zijn. Een persconferentie houden we enkel als het onderwerp veel uitleg nodig heeft, veel vragen kan oproepen, of als er iets interessants te tonen valt.
- Pers zoekt overheid**
47. Wanneer de **pers rechtstreeks** met een dienst contact opneemt voor een reactie of met een vraag, verwijst de dienst door naar de communicatiedienst. Die afdeling neemt hierover contact op met de burgemeester en/of bevoegde schepenen.
48. Als de pers een schepen telefoneert voor **reactie**, koppelt die terug naar de burgemeester, het betrokken diensthoofd en de communicatiedienst, zodat er geen tegenstrijdige communicatie ontstaat.
49. Louter **informatieve vragen** van de pers (bv. over bezoekersaantallen, hoeveelheid strooizout, ...) beantwoordt een dienst zelf, met vooraf even een terugkoppeling naar de burgemeester, de bevoegde schepenen en het diensthoofd.

**50. Aanvragen** door externen voor **beeldopnames** worden altijd doorgegeven aan de communicatiedienst (die hierover terugkoppelt met het college).

**51.** Als **contactpersoon** op een persbericht vermelden we:

- Voor interviews, quotes, beleidsvragen: de bevoegde mandataris (vermeld met telefoonnummer, e-mailadres en gsm-nummer).
- Voor andere vragen: de communicatiedienst.
- De communicatiedienst kan een beroep doen op de bevoegde ambtenaar om verduidelij-

kende info op te zoeken of een antwoord te formuleren voor een journalist.

**52. Medewerkers** geven zelf geen interviews tenzij dit overlegd is met en na uitdrukkelijke toestemming van de bevoegde mandataris en de communicatiedienst.

**53.** In principe verlopen alle **contacten** voor **mediadeals en advertenties** (betalend én gratis) via de dienst Communicatie, tenzij dit vooraf anders is afgesproken.

---

## 4.8 Sociale media

*Lees ook zeker het deel 'Politieke neutraliteit' (4.5).*

**54.** De **communicatiedienst coördineert** (net als alle communicatiekanalen) de sociale media van de gemeente. Ze ontwikkelt **conversatierichtlijnen** voor de beheerders van de sociale media, sensibiliseert en informeert regelmatig medewerkers en mandatarissen.

**55.** Diensten en projecten gericht naar **specifieke doelgroepen** kunnen hun eigen sociale mediapagina's ontwikkelen, mét principiële goedkeuring door de communicatiedienst. De communicatiedienst vermijdt wildgroei.

**56. De communicatiedienst monitort** op sociale media de publieke gesprekken over de gemeente. Bij belangrijke **issues** rapporteert de communicatiedienst hierover aan het college van burgermeester en schepenen, en het managementteam.

**57.** Gemeentelijke medewerkers stellen zich terughoudend op als ze op **lokale sociale media** (bv. 'je bent van Gemeente X als...') commentaren lezen over het gemeentebestuur of -diensten. Op je privé-account kan je jouw mening geven, maar hou rekening met de integriteit die de gemeente als werkgever van jou verwacht. Je kan een open en kritische houding aannemen, maar je blijft daarbij loyaal tegenover de gemeente en vermijdt kritiek op collega's en beleidspersonen van de gemeente.

**58.** Bij **klachten en meldingen** op lokale sociale media (buiten de gemeentelijke kanalen), is het aangewezen dat lokale mandatarissen er doorverwijzen naar de officiële gemeentelijke kanalen voor het indienen van klacht of melding.  
**Variant:** *Het gemeentebestuur reageert alleen op berichten die op gemeentelijke sociale media gepost worden. Wat er op andere sociale media geschreven wordt, valt buiten de bevoegdheid van het gemeente-bestuur.*

## 4.9 Het gemeentelijk informatieblad

59. Redactiebeleid en planning van het gemeentelijk informatieblad gebeurt door de **redactieraad**  
*(nvdr: dit is bij voorkeur geen aparte redactieraad voor het infoblad, maar een crossmediale redactieraad die betrokken is bij de planning en onderlinge wisselwerking van de verschillende centrale kanalen van de gemeente: infoblad, website, nieuwsbrief, sociale media...).*

60. Het gemeentelijk informatieblad streeft inhoudelijk naar een goed evenwicht tussen inspielen op de **informatienoden** van de bevolking enerzijds, **en** op de **informeringsbehoeften** van gemeentebestuur en -diensten anderzijds.

Het tijdschrift richt zich tot de hele bevolking, en houdt rekening met de verschillende doelgroepen. De redactie heeft bijzondere aandacht voor een heldere, toegankelijk lees- en taalniveau.

61. De **inhoudelijke focus** (communicatie-doelen) van het informatieblad stelt prioriteiten in te publiceren onderwerpen.

*Nvdr: Hier een voorbeeld van prioritering wat voorrang heeft (de nummering bepaalt de 'ranking' in belangrijkheid).*

1. informeren over gemeentelijke dienstverlening
2. informeren over beleid en beslissingen van het gemeentebestuur
3. informeren over gemeentelijke realisaties en evoluties
4. aankondigen van socio-culturele activiteiten
5. boodschappen van algemeen nut (vanwege andere overheidsinstellingen)
6. sensibiliseren van de bevolking rond maatschappelijk relevante thema's

Aanvullend houden we ruimte voor wat "human interest", met aandacht voor bijzondere inwoners, geschiedenis en erfgoed, markante gebeurtenissen en evenementen.

62. De communicatiedienst informeert de diensten ruim op voorhand over de **deadlines** voor het aanleveren van tekst en beeld. Deadlines niet respecteren betekent niet of later publiceren.

63. De communicatiedienst is **eindredacteur** (in functie van redactionele kwaliteitszorg: klare taal, heldere structuur, goede beelden, ...).

64. De **activiteitenkalender** in het informatieblad wordt uitsluitend samengesteld met activiteiten uit de UiTdatabank.

---

## 4.10 Gedrukte publicaties

65. Het mag **niet vanzelfsprekend** zijn om voor elke communicatie in te zetten op gedrukte kanalen: kies voor drukwerk met een meerwaarde en laat digitale en mondelinge kanalen niet links liggen.

66. De diensten **overleggen ruim op voorhand** met de communicatiedienst over de planning en opmaak van communicatieacties- en producten.

67. Diensten bezorgen teksten, afbeeldingen, logo's en heldere briefings voor de **deadline** aan de communicatiedienst.

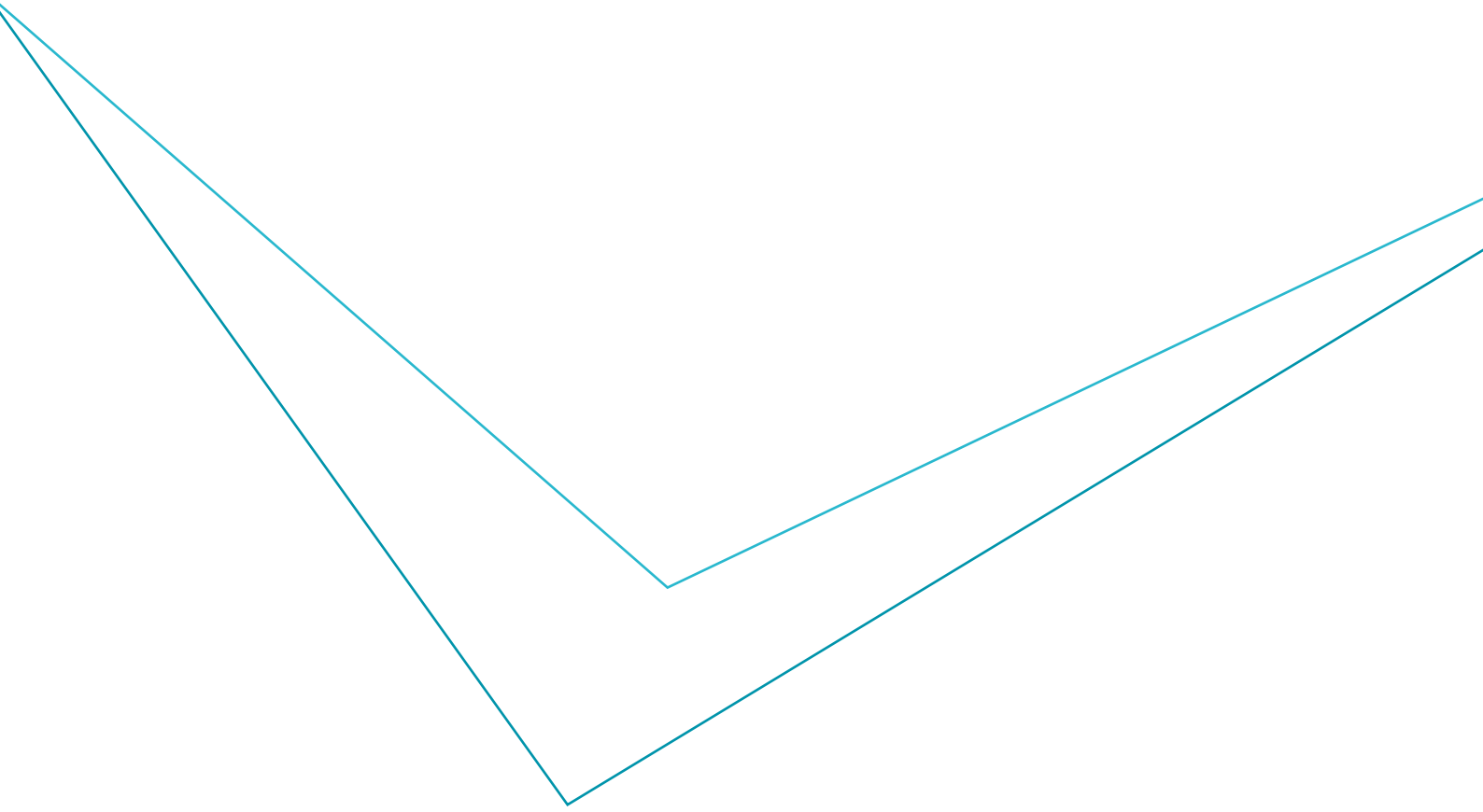
De dienst Communicatie stuurt de **ontwerpen** van communicatiemiddelen ter controle door naar de diensten.

68. We ontwerpen alle communicatiemiddelen volgens de **huisstijl** van de gemeente.

69. Alle contacten met **externe leveranciers** (grafici, fotografen, drukkers, ...) gebeuren via de communicatiedienst

## 4.11 Website

- 70. De website van de gemeente wordt **beheerd** door de dienst Communicatie.
- 71. De gemeentediensten zijn zelf **inhoudelijk verantwoordelijk** voor de informatie op de website en houden deze informatie up-to-date.
- 72. Nieuwe elementen of **aanpassingen in de structuur** van de website kunnen enkel na voorafgaand overleg met de dienst Communicatie.
- 73. Voorstellen voor **nieuwsberichten** zijn welkom bij de dienst communicatie.





Postbus 136 8000 Brugge  
T 050 31 14 31

[info@kortom.be](mailto:info@kortom.be)  
[www.kortom.be](http://www.kortom.be)