

Jaarverslag 2022



27 maart 2023

2022: van herstel naar een nieuwe start

Na de impact van de corona-epidemie was 2022 voor Kortom het jaar van het herstel.

Tijdens de eerste maanden van 2022 lag de nadruk nog op online opleidingen. Vanaf maart werd er opnieuw volop ingezet op fysieke bijeenkomsten. Er werd opnieuw een succesvol voorjaarscongres 'Helden van Kortom' georganiseerd. Ook de Dag van de Digitale Communicatie kon rekenen op een erg grote respons.

Kortom bleef wel verder investeren in korte webinars. Met succes: in het voorbije jaar werden 110 vormingsactiviteiten georganiseerd. Het aantal deelnemers steeg tot een nieuw record van bijna 3.700, dan is 25% meer als vóór de coronapandemie. Naast het fysieke vormingsaanbod worden nu jaarlijks zo'n 20 online sessies georganiseerd voor bijna 1000 extra deelnemers.

In april werd voor de tweede maal een Kortom Awards Show georganiseerd met prijzen voor inspirerende en succesvolle communicatieprojecten van overheids- en socialprofitorganisaties. Er werd voor het eerst een scriptieprijs voor studenten uitgereikt.

Na 2 jaar intensieve voorbereiding lanceerde Kortom in juni een nieuwe website. Na de uitbreiding van het aantal medewerkers in 2021 is de nieuwe website een mijlpaal voor de rol van Kortom als kenniscentrum.

De kennisdatabank met documenten werd omgebouwd tot een Kortompedia met 182 kant-en-klare artikels over verschillende communicatiethema's. Inschrijven voor een vormingsactiviteit is via de nieuwe website eenvoudiger en gemakkelijker. De geautomatiseerde inschrijvingsflow zorgt voor minder administratief werk voor de Kortom-medewerkers.

Het ledenaantal steeg in 2022 met netto 120 nieuwe leden naar 1.390. Dit is de grootste stijging in de voorbije 10 jaar. Ondanks het groeiende aantal leden en vormingsactiviteiten voelden we in 2022 de financiële impact van de inflatie en de stijgende loonkosten: we sloten 2022 voor het eerst af met een negatieve financiële balans. Het is een belangrijke uitdaging om in de volgende jaren opnieuw een financieel break-even te bereiken.

In de volgende jaren wil Kortom blijven inzetten op meer en betere communicatie in Vlaanderen, zowel bij overheden als socialprofitorganisaties. Het beleidsplan 2020-2023 is onze leidraad voor de verdere groei van Kortom, in de breedte en in de diepte. In dit jaarverslag nemen we de structuur van dit beleidsplan over. Dit jaar maken we werk van een nieuw beleidsplan voor de periode 2024-2027.

Paul De Ligne
voorzitter Kortom

Kortom vzw, vereniging voor overheids- en socialprofitcommunicatie

Start

Kortom vzw werd op 29 november 2000 opgericht door een 20-tal Nederlandstalige communicatieambtenaren van verschillende bestuursniveaus.

Kortom besliste in 2016 om de doelgroep uit te breiden naar alle socialprofitorganisaties. Kortom wil evolueren van een vereniging voor overheidscommunicatie naar een communicatievereniging tout court.

In 2018 startte een intensief denk- en werkproces met de medewerkers en bestuurders dat resulteerde in een vernieuwde missie, visie en waarden én een nieuw beleidsplan 2020-2023. In dit jaarverslag worden de doelstellingen en acties uit dit beleidsplan voor 2022 geëvalueerd.

In 2022 telde de vereniging 1.390 professionals die werken in de sector van de overheids- en socialprofitcommunicatie.

Missie, visie en waarden

Kortom definieerde bij de oprichting 5 hoofddoelen. Deze doelstellingen worden in het beleidsplan opnieuw geformuleerd in een vernieuwde missie, visie en waarden van de vereniging. Dit is de basis voor de 4 strategische doelstellingen in dit beleidsplan.

Missie (waar staan we voor?)

Kortom, de onafhankelijke vereniging voor overheids- en socialprofitcommunicatie,

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

Visie (waar gaan we voor?)

- Kortom ijvert voor een *open communicatiecultuur* en wil organisaties als geheel communicatief sterker maken.
- Informatie is correct en zo beschikbaar en begrijpelijk mogelijk, op maat van het publiek. Kortom verdedigt daarom een *professionele aanpak* van overheids- en socialprofitcommunicatie.
- *Communicatie is een vak* en doe je niet zomaar. Het vraagt om kennis, deskundigheid en permanente vernieuwing. Kortom professionaliseert en innoveert het vak, doet onderzoek, volgt nieuwe evoluties kritisch op, ontwikkelt standaarden, ondersteunt en leidt communicatiemedewerkers op.

Waarden (wat drijft ons handelen?)

Vier waarden lopen als een rode draad door de werking van Kortom. We maken deze waarden zichtbaar in het gedrag van bestuurders en medewerkers, in de keuzes die we maken en in de communicatie over de vereniging.

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

1. Deskundig

- Wat we doen, doen we goed.
- We willen dat onze leden op elk Kortom-moment iets leren.

2. Gedreven

- We zijn niet tevreden met wat er is, we willen permanent verbeteren op alle domeinen.
- We zoeken nieuwe mogelijkheden, trends en opportuniteiten. We willen onszelf altijd heruitvinden.

- We zijn wendbaar en spelen flexibel in op de vragen van onze leden. We zijn een speedboot, geen tanker.

3. *Verbindend*

- We werken aan een sterk groepsgevoel, we zijn een warme organisatie.
- Er is wederzijdse betrokkenheid met en vertrouwen in onze leden. Leden krijgen erkenning en waardering voor hun expertise.
- We staan dicht bij onze doelgroep, haar behoeften staan centraal in onze werking.
- We zijn een open netwerk, ook niet-leden zijn welkom.
- We gaan op een informele manier om met elkaar. We nemen ons vak serieus, niet onszelf.

4. *Onafhankelijk*

- We zijn financieel onafhankelijk.
- We nemen eerlijke en duidelijke standpunten in.
- We zijn integer en betrouwbaar. Wat we zeggen en doen, is gebaseerd op feiten, niet op belangen.

SD 1. COMMUNICATIEMEDEWERKERS BESCHIKKEN OVER DE DESKUNDIGHEID OM KWALITEITSVOL EN INNOVATIEF TE COMMUNICEREN

Kortom organiseert jaarlijks een vormingsaanbod over communicatie voor overheids- en socialprofitorganisaties. We streven niet enkel naar een ruim maar ook een kwaliteitsvol en gericht vormingsaanbod voor communicatiemedewerkers.

Algemeen

- In totaal werden er **110 vormingsactiviteiten** georganiseerd voor **3.678 deelnemers**. Er werden in 2022 opnieuw meer thematische collegagroepen, studiedagen en 2 congressen georganiseerd. (zie bijlages SD 1)
- In het voorbije jaar bleef het **online vormingsaanbod** stabiel. Fysieke geplande opleidingen werden – wanneer nodig – vervangen door online opleidingen. We focussen vooral op webinars van 2 uur over een concreet en relevant communicatiethema. Met korte online sessies kunnen we ook snel inspelen op de actualiteit of nieuwe ontwikkelingen.
- Het **fysieke aanbod** bereikte opnieuw het niveau van voor de coronapandemie. Vooral in de januari en februari werden opleidingen online aangeboden. Vanaf maart konden opnieuw fysieke opleidingen, studiedagen en congressen georganiseerd worden. Het voorjaarscongres en de Dag van de Digitale Communicatie konden op een grote belangstelling rekenen.

Kortom organiseerde een tweede editie van **Binnenkoppers**, een inspiratiedag voor socialprofitorganisaties, in samenwerking met I Like Media en Digiraf. Er werd ook een nieuwe Heerlijk Helderdag georganiseerd in samenwerking met de Nederlandse Taalunie en het Team Taaladvies van de Vlaamse overheid.

Opleidingen

De aanpak van de **basisvormingscursus** bleef behouden: deelnemers volgen 3 verplichte opleidingsdagen en kunnen nadien kiezen uit het aantal facultatieve basisopleidingen. Er waren opnieuw 2 basisopleidingen voor overheidsorganisaties en één op maat van socialprofitorganisaties. Voor het eerst werd een tweedaagse basisopleiding ‘Communicatie in ziekenhuizen’ georganiseerd.

De **thematische opleidingen** bereikten opnieuw het niveau van 2019. In totaal werden 46 thematische opleidingen georganiseerd.

Collegagroepen

In 2022 organiseerden we **9 provinciale collegagroepen**. In het voorjaar was ‘communicatie en lokale economie’ het centrale thema van alle collegagroepen. In het najaar lag het accent op ‘communicatie over energiezuinig leven’. Daarnaast waren er 9 thematische collegagroepen: over interne communicatie, voor centrumsteden, ziekenhuizen en streekintercommunales.

Voor het eerst waren er 3 provinciale collegagroepen voor **politiezones** en 2 intervisiemomenten voor communicatiemedewerkers van **socialprofitorganisaties**.

Varia

De activiteitenkalender wordt gepromoot via de website, nieuwsbrief en sociale media. In januari en september werd **Kompas** opgestuurd naar alle leden. Kompas is een leesvriendelijke krant met een overzicht van de geplande vormingsactiviteiten, vormingstips, linken naar boeken en kennisartikels. De januari-editie van Kompas wordt ook opgestuurd naar potentiële leden.

We gaan in op vragen van leden naar **inhouse opleidingen** en coaching op maat in verschillende vormen: begeleiding ter plaatse of online, nadruk op coaching of op vorming. Omwille van het geplande trendboek in 2023 bleef het aantal **begeleidingen op maat** beperkt tot 5,

Kortom zette mee de schouders onder de 6^e editie van het **Groot Gemeentelijk Communicatie-onderzoek**. 217 van de 300 gemeenten werkten mee aan dit onderzoek dat werd voorgesteld tijdens een webinar.

SD 2. COMMUNICATIEMEDEWERKERS KRIJGEN ANTWOORDEN OP HUN VRAGEN EN INFORMATIE OM HET VAK TE VOLGEN

Kortom wil zich verder ontwikkelen als kenniscentrum van overheids- en socialprofitcommunicatie. We willen de leden zo goed mogelijk informeren en hen inzichten geven om de ontwikkelingen in het communicatievak op te volgen. Daarnaast willen we een kwalitatief en relevant antwoord geven op hun vragen.

Algemeen

In het voorbije jaar werd deze opdracht structureel belangrijker gemaakt door meer overleg, betere opvolging, meer hapklare kennis en meer inzet van **personeel**. De aanwerving van een extra collega in september 2021 en de aangepaste taakverdeling, met een sterke nadruk op kennis, was essentieel om deze doelstelling beter aan te pakken (zie ook bijlages SD 2).

Website

- Na 2 jaar intensieve voorbereiding lanceerde Kortom in juni een nieuwe website. Na de uitbreiding van het aantal medewerkers in 2021 betekende de nieuwe website een mijlpaal in de rol van Kortom als kenniscentrum. De kennisdatabank met documenten werd uitgebreid tot een **Kortompedia met kant-en-klare en inspirerende artikels** over verschillende communicatiethema's. De website is het visitekaartje van Kortom als kenniscentrum.
- De nieuwe **CRM** betekent ook een flinke stap vooruit in het gebruiksgemak bij inschrijving aan opleidingen. De CRM zorgt ook voor vlotte en eenvoudiger werkprocessen voor de Kortom-medewerkers en een betere communicatieflow. De nieuwe website vraagt om permanente opvolging en verbetering in de volgende jaren.
- De website blijft een belangrijk **uithangbord** voor Kortom: het is meer dan ooit het centrale informatiepunt voor communicatiemedewerkers met onder meer kennisartikels, de opleidingskalender en vacatures. De Kortomcommunity is een belangrijk instrument voor ervaringsuitwisseling en kennisdeling. De vacature- en activiteitenpagina zijn de meest bezochte pagina's op de website.

Sociale media

- Kortom maakt intensief gebruik van sociale media (Twitter, Facebook, LinkedIn en Instagram) om zijn netwerk te informeren en te versterken. Deze sociale media zijn een belangrijke **toeleider naar de website**, ze zorgen voor interactie en bieden inspiratie aan de leden.
- **Sociale media** nemen een belangrijke plaats in als (inter)actief communicatiekanaal. Eind 2023 waren er 5.090 Twitter-volgers. Het aantal Facebook-volgers klokte af op 2.657. Er waren in totaal 2.386 volgers via LinkedIn en 1.534 via Instagram. De Kortom-community op LinkedIn verenigde 1.930 communicatiecollega's.
- Een **contentplan** stuurt de communicatie via sociale media. Er is meer aandacht voor creatieve posts die aansluiten bij de eigenschappen van het medium. Daarbij houden we rekening met de vier communicatiedoelstellingen van Kortom: inspireren, (h)erkenning creëren, verbinden en leden werven.
- **Goede praktijken** van communicatiecollega's en **tips uit opleidingen** verwerken we regelmatig in sociale media posts. Zo hebben we bijvoorbeeld het rubriekje #InspiratievandeWeek op Twitter om communicatieprojecten (bv. nieuwe huisstijl, personeelsmagazine, ...) van collega's te delen. Op LinkedIn maken we onder meer gebruik van slideshows om tips rond een communicatiethema te delen. De kennisartikels en blogberichten maken we altijd breed bekend (LinkedIn, Twitter & Facebook).

Aantal posts in 2022:

Twitter	169 (excl. retweets)
Facebook	95
Instagram	52 posts + 28 stories
LinkedIn	86

- We merken dat url's (zoals kennis- en blogartikels) een minder goed bereik hebben op Facebook. Op LinkedIn is dit probleem minder groot. Voldoende afwisseling tussen **soorten content** is op beide kanalen belangrijk.
- Een **sterke visual** is een belangrijk voorwaarde voor een goede post op Instagram, dit is niet altijd eenvoudig. In 2022 streefden we naar minstens één foto per week op Instagram. Dit willen we blijven aanhouden en foto's afwisselen met tekst/quotes.
- Er is een **stijging** in het aantal volgers op al onze kanalen, behalve op Twitter. Dit is vermoedelijk het gevolg van de Twitter-overname en de populariteit van Mastodon, de groeiende concurrent van Twitter. Vooral het aantal volgers op LinkedIn (+551 of 30%) en Instagram (+171 of 12%) steeg sterk. De interactie op LinkedIn is groot en het is gemakkelijker om een evenwicht te vinden tussen posts gericht op inspiratie en kennisdeling (bv. blogbericht of tips in een slideshow) en posts die het community-gevoel willen versterken (bv. groepsfoto na event). Organisaties en personen taggen helpen ook om het bereik te vergroten.
- Om de voorjaarsopleidingen bekend te maken adverteerden we in januari via **Facebook**. We publiceerden 3 parallele posts waarvan 1 versie uiteindelijk een volledige week liep. In totaal werd er 565 keer op een Facebook-advertentie geklikt die doorverwees naar de activiteitenkalender van Kortom. Er waren 22.692 weergaven, de kostprijs per klik was 0,09 euro.

In september 2022 werden opnieuw Facebook-advertenties ingezet om de najaarsopleidingen te promoten. Het bereik en aantal kliks lagen een stuk lager: vermoedelijk omdat er slechts 1 foto werd gebruikt. Er werd 309 keer op een Facebook-advertentie geklikt. Er waren 20.118 weergaven en de kostprijs per klik was 0,16 euro. Ondanks het lagere bereik blijft het relevant om te blijven adverteren met verschillende foto's.

Nieuwsbrief

- De **tweewekelijkse nieuwsbrief** informeert over het vormingsaanbod en biedt kennis en nieuws over communicatie-items voor alle leden en nieuwsbrief-abonnees. Sinds de lancering van de nieuwe website in juni 2022 versturen we twee nieuwsbrieven: één voor leden en één voor nieuwsbrief-abonnees (niet-leden). Linken naar kennisartikels uit Kortompedia worden niet opgenomen in de nieuwsbrief voor niet-leden omdat zij hier geen toegang tot hebben.
- Wie zich inschreef op de nieuwsbrief vóór 2017 werd in 2020 uitgenodigd om zich opnieuw aan te melden, zo kreeg het abonnee-bestand een update. Het aantal **abonnees** zit opnieuw in stijgende lijn: in 2022 ontvingen 1.343 leden en 1.631 niet-leden onze nieuwsbrief. Sinds juni 2022 werden er 16 nieuwsbrieven verstuurd, van 11 van deze nieuwsbrieven werd een versie voor leden en voor niet-leden opgemaakt.

Blogs

De blogs zijn een nieuw onderdeel op onze website. Deze pagina geeft de mogelijkheid om berichten te delen die iedereen kan lezen, ook niet-leden. Via blogberichten verwijzen we lezers vaak door naar Kortompedia. We wisselen tips af met interviews en kiezen onderwerpen die actueel zijn.

De blogberichten vóór juni 2022 werden niet gedeeld via sociale media. Daardoor ligt het aantal paginaweergaven voor deze blogs lager.

Antwoorden

- Jaarlijks stellen leden enkele honderden **communicatievragen** aan het Kortom-secretariaat: via mail, sociale media, aan de telefoon of tijdens vormingsactiviteiten. Via de 'Stel je vraag-knop' op kortom.be stellen leden vragen aan elkaar. In 2022 werden in totaal 245 vragen gesteld, waarvan ongeveer de helft via de Kortomcommunity (de online community) en 1/3 via mail en het online invulformulier.
- Het Kortom-secretariaat vervult een actieve rol bij het beantwoorden van vragen via de **Kortomcommunity** en streeft ernaar om elke vraag van minstens één antwoord te voorzien. Door de wijziging van website is het aantal communityvragen in 2022 niet meer te achterhalen.
- 80% van het totaal aantal vragen werd gesteld door collega's uit de overheidssector. De populairste onderwerpen waarover een vraag werd gesteld zijn digitale communicatie (sociale media, website en beeldmateriaal) en communicatiebeleid.

Kennisdeling

- Kortom deelt en verzamelt kennis online via 'Kortompedia'. In dit **online kenniscentrum** kunnen leden een antwoord vinden op veelgestelde kennisvragen, verzamelt Kortom praktijkvoorbeelden en relevante onderzoeken.
- In de nieuwe website kreeg kennis - via de Kortompedia - een prominente plek. Er worden geen kennisdocumenten meer gebundeld maar we verwerken kennis tot bruikbare waar leden zelf mee aan de slag kunnen. Eind 2022 waren er **182 kennisartikels** in Kortompedia verzameld. Het is de intentie om het kenniscentrum verder uit te breiden en up to date te houden.
- We stimuleren leden om zelf informatie en expertise te delen. Spontane **kennisdeling** door leden blijft beperkt maar we merken dat leden met plezier kennis delen als we daar om vragen.
- Kortom wil jaarlijks drie specifieke kennisproducten ontwikkelen. In 2022 werd de publicatie van het **magazine** 'Kortom Revue' voorbereid. Dit magazine wordt in februari 2023 verspreid naar alle leden. Kortom Revue is een magazine met prikkelende verhalen, diepgravende interviews en inspirerende cases rond overheids- en socialprofitcommunicatie. De artikels uit dit magazine worden hergebruikt in de communicatie naar leden en de Kortompedia.

Onderzoek

- Kortom engageert Eric Goubin om praktijkgericht onderzoek over communicatiethema's te verrichten. Zijn onderzoekopdrachten leiden tot publicaties en lezingen, voor Kortom en externe organisaties. Meer geïndividualiseerde begeleiding en coaching is momenteel beperkt haalbaar.
- Kortom werkte opnieuw mee aan de 6^e editie van het **Groot Gemeentelijk Communicatie-onderzoek**. 217 van de 300 gemeenten werkten mee aan dit onderzoek dat werd voorgesteld tijdens een webinar.
- In 2015 werden de belangrijkste **trends in communicatie** gebundeld in het boek 'Het Nieuwe Communicatieklimaat'. In het najaar 2022 startte de voorbereiding van een nieuw trendonderzoek, de publicatie wordt gepland in het voorjaar van 2023.

Publicaties

Samen met uitgeverij Politeia wordt een reeks publicaties uitgegeven over communicatie. Af en toe worden er ook boeken gepubliceerd buiten de Politeia-reeks. Zo werd in september 2017 het boek 'Tante Mariette en haar fiets' opnieuw gepubliceerd bij Uitgeverij Vanden Broele.

In januari 2022 werd het boek over bewonersbrieven '**Hopende u hiermede voldoende geïnformeerd te hebben**' gelanceerd. Dit boek werd geschreven door Farida Barki en Katrien Janssens van Wablieft in nauw overleg met Kortom.

SD 3. IEDEREEN DIE ACTIEF IS IN OVERHEIDS- EN SOCIALPROFITCOMMUNICATIE BESCHIKT OVER EEN NETWERK EN PLATFORM VOOR ONTMOETING, KENNISDELING EN SAMENWERKING.

Kortom is een netwerk en platform voor zijn leden maar profileert zich ook als een partner naar onderwijsinstellingen, bedrijven én organisaties die actief zijn in overheids- en socialprofitcommunicatie.

Netwerk

- De **vormingsactiviteiten** zijn belangrijke momenten voor contact en uitwisseling tussen leden. Ervaringsuitwisseling en netwerkvorming gebeuren ook via de **Kortomcommunity**. Leden beantwoorden de vragen van collega's en inspireren elkaar.
- Tijdens de vormingsactiviteiten wordt **netwerkvorming** tussen de deelnemers gestimuleerd, zowel tijdens opleidingen als congressen. Collegagroepen zijn de meest geschikte momenten om collega's beter te leren kennen. De Kortom-medewerkers hebben hierin een belangrijke rol. Dit is ook een aandachtspunt tijdens online sessies.
- Kortom investeert in **warme contacten** met leden. We sturen een kaartje bij pensionering of als bedanking. Jonge ouders ontvangen een Kortom-slabbetje. Ook online worden geregeld acties en wedstrijden georganiseerd voor onze volgers.
- Kortom wil deze netwerkfunctie op gerichte momenten versterken. In april 2022 organiseerde Kortom een nieuwe **Kortom Awards** avond in Antwerpen. Deze award belonen communicatie-acties en tonen de meerwaarde van overheids- en socialprofitcommunicatie. In 2022 lanceerden we een nieuwe award: de Kortom Scriptieprijs voor studenten. We ontvingen 59 inzendingen voor de Kortom Awards waarvan 12 social profit, 42 overheid en 5 scripties.
- Verschillende hogescholen en universiteiten in Vlaanderen en Brussel bieden communicatieopleidingen aan. Studenten kunnen sinds 2019 gratis aansluiten als lid van Kortom. In september 2022 lanceerde Kortom een nieuwe oproep naar studenten om zich aan te sluiten als gratis lid van Kortom. In het academiejaar 2022-2023 sloten er **75 studenten** aan als gratis lid.
- In 2022 onderzochten we hoe Kortom relevanter kan worden voor studenten. **Interviews** met studenten leverden ideeën op om deze doelgroep beter te bereiken. Studenten kunnen ook gratis deelnemen aan een online sessie. De uitreiking van een scriptieprijs tijdens de Kortom Award avond wil de link met studenten ook versterken.
- Kortom probeert zo goed mogelijk op de hoogte te blijven van **communicatie-onderzoek** van hogescholen en universiteiten. Relevante onderzoeken en publicaties, ook van studenten, worden verzameld en verder verspreid. Het geplande gestructureerd overleg met onderwijsinstellingen werd omwille van de coronacrisis uitgesteld.
- De contacten met scholen, opleidingscoördinatoren en lectoren overheids- en socialprofitcommunicatie werden in 2022 versterkt. Gestructureerd **overleg** is belangrijk, ook in functie van het afstemmen van vormingsactiviteiten.

Organisaties

Kortom investeert in goede contacten en afspraken met relevante **collega-organisaties**. Er is regelmatig contact, informatie-uitwisseling, (ruil)lidmaatschap en samenwerking in functie van het vormingsaanbod met collega-organisaties.

- Aansluitend op het onderzoek 'Communicatiemapping in social profit' werd een actieplan uitgewerkt voor meer en beter contact met **socialprofitorganisaties** uit verschillende sectoren. Er is ook meer aandacht voor de socialprofitsector in het vormingsaanbod. De organisatie van de nieuwe inspiratiedag **Binnenkoppers**, in samenwerking met I Like Media en Digiraf, maakt ook deel uit van deze strategie.
- Kortom streeft naar afstemming en samenwerking met partnerorganisaties, onder meer via ruillidmaatschap. Er was overleg met **VIGC** en afstemming met **Vonk-netwerk** over de organisatie van vormingsinitiatieven rond interne communicatie.

Internationaal

- In 2022 werd werk gemaakt van meer internationale samenwerking. Samen met de Nederlandse zusterorganisatie **Logeion** werden twee succesvolle online sessies georganiseerd, over infrastructuurcommunicatie en nudging & heldere taal.
- Kortom organiseerde opnieuw een **internationale online sessie** over coronacommunicatie, in samenwerking met de communicatieorganisaties van Denemarken, Finland en Noorwegen.

Bedrijven

- Kortom houdt contact met bedrijven in functie van mogelijke partnerschap. Bedrijven kunnen aansluiten als **bedrijfslid** of zich engageren als sponsor. Bedrijven kunnen een beursstand innemen tijdens evenementen.
- Na de coronacrisis konden bedrijven opnieuw aanwezig zijn op congressen en studiedagen met een **beursstand**. LCP, 2Imagine en Vlaamse Post zijn momenteel sponsor van Kortom.

SD 4. KORTOM ZET DE NODIGE MIDDELEN IN OM ZOVEEL MOGELIJK COMMUNICATIEMEDEWERKERS TE ONDERSTEUNEN

Kortom wil als organisatie niet enkel zoveel mogelijk communicatiemedewerkers bereiken maar wil ook een duurzame, innovatieve en onafhankelijke organisatie zijn met een blik over de grenzen. Het is belangrijk om financieel onafhankelijk te zijn en te kunnen beschikken over voldoende middelen en personeel.

Ledenvereniging

- Kortom is een **ledenvereniging** voor communicatieprofessionals die werken in de sector van de overheids- en socialprofitcommunicatie. We maken een onderscheid tussen individuele leden en bedrijfsleden. Leidinggevend en politieke mandatarissen zijn ook een belangrijke onrechtstreekse doelgroep voor Kortom.
- In 2022 telde Kortom **1.390 betalende leden**, dat is een uitzonderlijke stijging van 148 (12%) nieuwe leden. Deze stijging is mee het gevolg van de lancering van de nieuwe website. Kortom wil het lidmaatschap een grotere waarde geven en verspreidt daarom in 2022 het magazine Kortom Revue. Ook de investeringen in de nieuwe website en de Kortompedia zorgen voor een zichtbare en grotere lidmaatschapswaarde.
- De Kortom Communicatie Awards geven **waardering** aan communicatiemedewerkers en tonen het brede publiek het belang en aanpak van communicatie door overheden en social profit. In april 2022 werd een nieuwe Kortom Awards Show georganiseerd.
- De resultaten van de tevredenheidsenquête uit 2021 inspireren Kortom om de werking te verbeteren en nog beter in te spelen op de vragen van leden.

Externe communicatie

- Naar aanleiding van een maatschappelijk debat, eigen vormingsactiviteiten, publicaties, onderzoek of andere inhoudelijke initiatieven voert Kortom een **actieve communicatie** om zich als organisatie extern te positioneren.
- In maart 2021 werd Kortom gedagvaard door Permission Machine, beheersentiteit van auteursrechten. Kortom koos ervoor om te procederen, ook omwille van kennisdeling over **auteursrechten** en belangenbehartiging van de leden. De ondernemingsrechtbank gaf Kortom over de ganse lijn gelijk. Kortom communiceerde hierover uitgebreid naar de leden, ook tijdens een online sessie. Er verscheen een uitgebreid artikel in De Standaard over de rechtszaak. Ook enkele andere media pikten dit op. In 2022 ontvingen we hierover nog geregeld vragen van leden.

Duurzaam en innovatief

- Kortom wil een duurzame en innovatieve organisatie zijn met een blik over de grenzen. Daarnaast wil Kortom als organisatie duurzaam en geleidelijk groeien, met het oog op de lange termijn en zonder risicovolle investeringen.
- De ambitie om te experimenteren en te groeien op vlak van **online vorming** kwam in 2021 op kruissnelheid. Ook na de coronapandemie blijven online sessies onderdeel van het vormingsprogramma. Tijdens deze webinars komen concrete en afgelijnde communicatie-items aan bod. Online sessies bieden ook mogelijkheden om snel in te spelen op de actualiteit.
- Kortom werkt als een **onafhankelijke organisatie**, los van dwingende financiële belangen of politieke invloeden. Samenwerking met partners betekent niet automatisch dat er inhoudelijke standpunten worden gedeeld.

Financieel en personeel

- Kortom werkt **financieel zelfstandig** en beschikt over de nodige middelen om zoveel mogelijk communicatiemedewerkers te ondersteunen
- Kortom wil als onafhankelijke organisatie werken, zowel als kenniscentrum, bij standpuntbepaling als in zijn financieel beleid. In de voorbije twee jaar steeg het aantal personeelsleden van 3,6 FTE naar 5,6 FTE. De stijgende personeelskosten werden in 2022 niet helemaal gecompenseerd door het stijgend aantal leden en de toename van het vormingsaanbod. We sloten 2022 voor het eerst

af met een **negatief financieel resultaat**. Het is de ambitie om uiterlijk in 2025 opnieuw minstens break-even te zijn.

- Ook in het voorbije jaar waren er belangrijke verschuivingen in het personeelsbestand van Kortom. **Marthe** en **Nina** werden vanaf september 2021 als nieuwe medewerkers aangeworven. Nina werd aangeworven als stafmedewerker communicatie. Marthe kreeg als bijkomende stafmedewerker opdrachten rond vorming, kennis en nieuwe doelgroepen.

SD 1 – Vormingsaanbod: overzicht

	2020		2021		2022	
	Aantal opleidingsdagen	Aantal deelnemers	Aantal opleidingsdagen	Aantal deelnemers	Aantal opleidingsdagen	Aantal deelnemers
Prov. collegagroepen	4	119	10	249	9	211
Andere collegagroepen	5	90	6	90	9	217
Studiedagen	2	275	2	483	5	770
Opleidingsdagen basis	10	204	23	379	20	310
Opleidingsdagen thema	45	598	41	506	4	608
Online sessies (2u)	14	847	24	1.063	19	1.084
Congressen	0	0	1	197	2	478
	80	2.133	107	2.967	110	3.678

SD 1 - Vormingsaanbod – detail

		Datum	Plaats	Dins
	Provinciale collegagroepen			
1	West-Vlaanderen – Werk aan de winkel	8/3/2022	Lichtervelde	25
2	Oost-Vlaanderen – Werk aan de winkel	14/3/2022	Gent	20
3	Vlaams-Brabant – Werk aan de winkel	21/3/2022	Leuven	31
4	Antwerpen – Werk aan de winkel	31/3/2022	Heist-od-Berg	18
5	Limburg – Werk aan de winkel	25/4/2022	Hasselt	31
6	West-Vlaanderen – Energiezuinig communiceren	4/10/2022	Brugge	24
7	Oost-Vlaanderen – Energiezuinig communiceren	21/10/2022	Gent	24
8	Vlaams-Brabant – Energiezuinig communiceren	24/10/2022	Leuven	15
9	Antwerpen – Energiezuinig communiceren	31/10/2022	Rijkevorsel	23
				211
	Thematische collegagroepen			
1	Ziekenhuizen	31/1/2022	Online	45
2	Socialprofit - intervisie	23/3/2022	Leuven	9
3	Politiezones provincie Vlaams-Brabant	26/4/2022	Herent	19
4	Politiezones provincie Limburg	28/4/2022	Hasselt	20
5	Socialprofit - intervisie	15/6/2022	Leuven	9
6	Politiezones provincie Antwerpen – ComPAan	20/5/2022	Geel	22
7	Interne communicatie – inspiratievoormiddag	13/6/2022	Brussel	70
8	Streekintercommunales	25/10/2022	Destelbergen	12
9	Centrumsteden	5/12/2022	Online	11
				217

	Studiedagen			
1	Binnenkoppers	15/3/2022	Gent	160
2	Heerlijk Helderdag	29/3/2022	Brussel	190
3	Kortom Awards Show	20/4/2022	Antwerpen	80
4	Schepenavond	31/5/2022	Herentals	20
5	Dag van de Digitale Communicatie	19/9/2022	Brussel	320
				770
	Basisvormingscursus			
1	Communicatiebeleid	20/1/2022	Online	20
2	Communicatieplanning	27/1/2022	Online	20
3	Online communicatie	3/2/2022	Online	20
4	Interne communicatie van je organisatie verbeteren	8/3/2022	Antwerpen	15
5	Gedragsverandering	24/3/2022	Gent	13
6	Communicatiebeleid social profit	21/4/2022	Brussel	18
7	Mediarelaties en woordvoerderschap	26/4/2022	Antwerpen	15
8	Visueel scoren op scherm en papier	26/4/2022	Gent	7
9	Communicatieplanning social profit	28/4/2022	Brussel	18
10	Diversiteitscommunicatie & mediabeleid social profit	5/5/2022	Brussel	18
11	Interne communicatie van je organisatie verbeteren	17/5/2022	Antwerpen	12
12	Socialemediastратегie & scanbaar schrijven social profit	19/5/2022	Brussel	18
13	Presentatie opdracht social profit	9/6/2022	Brussel	10
14	Communicatiebeleid	8/11/2022	Leuven	15
15	Communicatieplanning	15/11/2022	Leuven	15
16	Online communicatie	25/11/2022	Leuven	15
17	Basisopleiding ziekenhuizen - dag 1	8/12/2022	Brussel	15
18	Basisopleiding ziekenhuizen - dag 2	19/12/2022	Brussel	15
19	Gedragsverandering	13/12/2022	Leuven	15
20	Mediabeleid	20/12/2022	Leuven	16
				310

	Themavorming			
1	Scoren met je digitale nieuwsbrief	27/1/2022	Online	12
2	Aan de slag met infographics	1/2/2022	Online	12
3	MC Copywriting	3/2/2022	Gent	10
4	Indesign voor beginners – dag 1	7/2/2022	Antwerpen	12
5	Indesign voor beginners – dag 2	8/2/2022	Antwerpen	12
6	Podcasts maken	14/2/2022	Gent	15
7	Communicatiestrategie	14/2/2022	Antwerpen	15
8	Video maken met je smartphone	22/2/2022	Antwerpen	15
9	Inclusieve communicatie	10/3/2022	Gent	12
10	Adverteren op Facebook	22/3/2022	Antwerpen	12
11	Bewonersbrieven	19/4/2022	Gent	8
12	Creatief denken en doen	3/5/2022	Gent	12
13	Indesign voor gevorderden – dag 1	5/5/2022	Antwerpen	15
14	Indesign voor gevorderden – dag 2	6/5/2022	Antwerpen	15
15	Monteren met Premiere Pro – dag 1	5/5/2022	Gent	15
16	Monteren met Premiere Pro – dag 2	6/5/2022	Gent	15
17	Contentstrategie en planning	17/5/2022	Antwerpen	15
18	Indesign voor gevorderden – dag 1	24/5/2022	Gent	15
19	Indesign voor gevorderden – dag 2	2/6/2022	Gent	15
20	Maak een wervend infomagazine	30/5/2022	Antwerpen	14
21	Video maken met je smartphone	1/6/2022	Gent	15
22	Copywriting voor je magazine	14/6/2022	Antwerpen	14
23	Communicatiestrategie	16/6/2022	Gent	15
24	Flexmail	20/6/2022	Antwerpen	12
25	Maak een wervend infomagazine	20/6/2022	Gent	13
26	Veranderingen leiden vanuit verschillende rollen	28/9/2022	Mechelen	9
27	Communicatiestrategie	8/9/2022	Gent	15
28	Aan de slag met infographics	13/9/2022	Gent	12
29	Indesign voor beginners – dag 1	15/6/2022	Gent	13
30	Indesign voor beginners – dag 2	16/6/2022	Gent	13
31	Stappen naar een nieuwe huisstijl	27/9/2022	Antwerpen	13
32	Inclusieve communicatie	29/9/2022	Gent	14
33	Indesign voor beginners – dag 1	4/10/2022	Antwerpen	14
34	Indesign voor beginners – dag 2	6/10/2022	Antwerpen	14
35	Communicatiestrategie	11/10/2022	Antwerpen	15
36	Podcasts maken	24/10/2022	Leuven	13
37	SEO: beter scoren in Google	25/10/2022	Gent	14
38	Usability	21/11/2022	Antwerpen	14

39	Indesign voor gevorderden – dag 1	2/12/2022	Gent	13
40	Indesign voor gevorderden – dag 2	9/12/2022	Gent	13
41	Flexmail	2/12/2022	Gent	14
42	Slim adverteren op Facebook	5/12/2022	Gent	16
43	Copywriting voor je magazine	6/12/2022	Leuven	12
44	Copywriting	8/12/2022	Leuven	10
45	Video maken met je smartphone – basis	12/12/2022	Gent	12
46	Video maken met je smartphone – vervolg	19/12/2022	Gent	10
				608
	Korte online sessies			
1	Employer branding	19/1/2022	Online	45
2	School wordt merk	26/1/2022	Online	113
3	Bewonersbrieven – boekvoorstelling	28/1/2022	Online	100
4	Een communicatiestrategie voor vrijwilligers	11/2/2022	Online	10
5	Onderscheid je met een wervende vacature	23/2/2022	Online	82
6	Sjablonensoftware	17/3/2022	Online	67
7	Instagram algoritme	30/3/2022	Online	34
8	Groot gemeentelijk communicatieonderzoek	13/5/2022	Online	195
9	Over de grenzen	23/5/2022	Online	33
10	Huisstijl cases	1/6/2022	Online	49
11	De 1-persoonscommunicatiedienst	1/9/2022	Online	44
12	De Reputatiecoach	28/9/2022	Online	24
13	Employee en candidate journey	12/10/2022	Online	29
14	Meer publiek voor je activiteiten	17/10/2022	Online	45
15	Survival-kit voor de kleine communicatiedienst	18/10/2022	Online	49
16	Meer impact met minder sociale media	19/10/2022	Online	50
17	Folders, flyers en brochures: plakkend design	20/10/2022	Online	51
18	Single Digitale Gateway	26/10/2022	Online	25
19	Beeldmateriaal gebruiken: portret- en auteursrecht	9/11/2022	Online	39
				1084

SD 1 - Vormingsaanbod – collegagroepen

Provinciale collegagroepen

1. **West-Vlaanderen** – *Werk aan de winkel*, op dinsdag 8 maart. Centrumvernieuwing in Kuurne, een app in Brugge, en gesprek over communicatie en lokale economie i.s.m. UNIZO. 25 deelnemers.
2. **Oost-Vlaanderen** – *Werk aan de winkel*, op maandag 14 maart. Contentflow en samenwerking in gemeente Nazareth en gesprek over communicatie en lokale economie i.s.m. UNIZO. 20 deelnemers.
3. **Vlaams-Brabant** – *Werk aan de winkel*, op maandag 21 maart. Een nieuw intranet in Lennik en gesprek over communicatie en lokale economie i.s.m. UNIZO. 31 deelnemers.
4. **Antwerpen** – *Werk aan de winkel*, op donderdag 31 maart. Video in Heist-op-en-Berg en gesprek over communicatie en lokale economie i.s.m. UNIZO. 18 deelnemers.
5. **Limburg** – *Werk aan de winkel*, op vrijdag 25 maart. Gesprek over communicatie en lokale economie i.s.m. UNIZO. 31 deelnemers.
6. **West-Vlaanderen** – *Energiezuinig communiceren*, collegagroep op dinsdag 4 oktober in provinciehuis Brugge. Inleiding over communicatie rond energiezuinig leven en groepsgesprek over de praktische organisatie van de communicatiedienst. 24 deelnemers.
7. **Oost-Vlaanderen** – *Energiezuinig communiceren*, collegagroep op vrijdag 21 oktober in provinciehuis Gent. Sociale mediastrategie van gemeente Ninove. Inleiding over communicatie rond energiezuinig leven en groepsgesprek over de praktische organisatie van de communicatiedienst. 24 deelnemers.
8. **Vlaams-Brabant** – *Energiezuinig communiceren*, collegagroep op maandag 24 oktober in provinciehuis Leuven. Inleiding over communicatie rond energiezuinig leven en groepsgesprek over de praktische organisatie van de communicatiedienst. 15 deelnemers.
9. **Antwerpen** – *Energiezuinig communiceren*, collegagroep op maandag 31 oktober in Rijkvorschel Inleiding over communicatie rond energiezuinig leven en groepsgesprek over de praktische organisatie van de communicatiedienst. 23 deelnemers.

Thematische collegagroepen

1. **Ziekenhuizen** - Collegagroep op maandag 31 januari online. Algemene inleiding, case en gespreksgroepen over interne communicatie. 45 deelnemers.
2. **Socialprofit** - Intervisiegroep op 23 maart in Leuven, 9 deelnemers
3. **Politiezones provincie Vlaams-Brabant** – Collegagroep op dinsdag 26 april in Herent over nieuwsbrieven, externe communicatie en iedereen communicatief. 19 deelnemers
4. **Politiezones provincie Limburg** – Collegagroep op donderdag 28 april in Hasselt over vormgeving, pers en sociale media. 20 deelnemers
5. **Socialprofit** - Intervisiegroep op 15 juni in Leuven, 9 deelnemers
6. **Politiezones provincie Antwerpen** - Collegagroep op donderdag 20 mei in Geel over interne communicatie, sociale media en mediabeleid. 22 deelnemers.
7. **Interne communicatie** – Inspiratievoormiddag Onboarding van nieuwe werknemers, maandag 13 juni in Brussel. Algemene inleiding en cases van AG Insurance en stad Mechelen over de verwelcoming van nieuwe werknemers. 70 deelnemers.
8. **Streekintercommunales** - Collegagroep op dinsdag 25 oktober bij Veneco Destelbergen over onder meer sociale media, energiehuizen en gebruik van foto's. 12 deelnemers.
9. **Centrumsteden** - Collegagroep, maandag 5 december online over onder meer communicatiestrategie en apps. 11 deelnemers.

SD 2 – Informatie en kennis

Aantal pageviews website - oktober t/m december '17- '22

Pageviews	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Oktober	23.714	26.337	27.555	32.188	29.260	15.425
November	18.015	28.312	19.302	26.860	25.489	11.171
December	13.702	17.839	24.806	21.419	22.528	20.575
Gemiddelde	18.477	24.163	23.887	26.822	25.759	15.724
Totaal	55.431	72.488	71.663	80.467	77.277	47.171

Sociale media

	2018	2019	2020	2021	2022
Aantal volgers Twitter	4.875	5.068	5.151	5.125	5.090
Aantal volgers Facebook	1.530	1.899	2.353	2.483	2.657
Aantal volgers LinkedIn			1.185	1.692	2.386
Aantal volgers LinkedIn-community	1.430	1.488	1.676	1.835	1.930
Aantal volgers Instagram	596	1.070	1.234	1.363	1.534

Nieuwsbrief abonnees

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Aantal leden	1.103	1.165	1.214	1.221	1.242	1.343
Andere abonnees	1.575	1.693	1.866	1.278	1.466	1.631
Totaal	2.678	2.858	3.080	2.499	2.708	2.974

Nieuwsbrief bereik 2022

(vanaf eind juni 2022. statistieken oude website niet meer beschikbaar)

Datum	Titel	Afgeleverd	Geopend percentage	Geopend
20-06-2022	Een nieuwe website vol verrassingen! - leden	1.274	40,2%	512
20-06-2022	Een nieuwe website vol verrassingen! - niet-leden	1.440	43,0%	619
30-06-2022	Nieuwe website, opleidingen najaar, weetjes en Kortompedia - leden	1.274	39,2%	499
01-07-2022	Opleidingen najaar, website Tante Mariette en weetjes - niet-leden	1.443	40,2%	580
13-07-2022	De Kortombus gaat op reis met een koffer vol inspiratie - leden en niet-leden	2.725	38,9%	1.059
22-08-2022	Klaar voor een nieuw opleidingsjaar? - leden	1.280	41,6%	532
18-08-2022	Kom je ook naar de Dag van de Digitale Communicatie? – leden en niet-leden	2.740	44,3%	1.213
22-08-2022	Klaar voor een nieuw opleidingsjaar? - niet-leden	1.478	40,1%	592
01-09-2022	Hoera, ons nieuw opleidingsjaar is begonnen! - leden	1.282	37,7%	483

01-09-2022	Hoera, ons nieuw opleidingsjaar is begonnen! - niet-leden	1.517	36,2%	549
16-09-2022	Een hybride werkomgeving? Wij geven je tips voor je interne communicatie! - leden	1.293	39,7%	513
16-09-2022	Win jij slimme tips voor heerlijk heldere bewonersbrieven? - niet-leden	1.554	33,5%	521
29-09-2022	Tips voor je digitale communicatie - leden	1.293	43,5%	563
29-09-2022	Tips voor je digitale communicatie - niet-leden	1.574	40,2%	632
06-10-2022	Kom je ook naar het najaarscongres #Kortom? - niet-leden	1.574	42,8%	673
06-10-2022	Kom je ook naar het najaarscongres #Kortom? - leden	1.306	47,6%	621
20-10-2022	Hoe groot is jouw Kortom-hart? - leden	1.322	41,7%	551
20-10-2022	Doet Kortom jouw communicatiehart ook sneller slaan? - niet-leden	1.575	39,5%	622
09-11-2022	De Single Digital Gateway? We helpen je graag op weg! - leden	1.325	39,0%	517
09-11-2022	De Single Digital Gateway? We helpen je graag op weg! - niet-leden	1.597	37,9%	605
25-11-2022	Bouw mee aan de employee journey met je interne communicatie - leden	1.345	58,1%	781
25-11-2022	Bouw mee aan de employee journey met je interne communicatie - niet-leden	1.600	47,7%	763
06-12-2022	Ben jij klaar voor de Single Digital Gateway? - gemeenten	744	41,4%	308
09-12-2022	Ontdek onze nieuwe vormingskalender - leden	1.351	49,3%	666
09-12-2022	Ontdek onze nieuwe vormingskalender - niet-leden	1.601	43,7%	700
21-12-2022	Inclusieve communicatie om kansen aan te reiken - leden	1.343	43,7%	587
21-12-2022	Inclusieve communicatie om kansen aan te reiken - niet-leden	1.631	43,0%	701

Blogs

Datum	Titel	Aantal unieke paginaweergaven in 2022
19 februari 2020	Actiris en AZ Damiaan bekroond tot beste communicatieacties van 2019	0
9 maart 2021	Gemeenten in Neteland werken samen aan coronacommunicatie	2
10 juni 2021	Inspiratie: podcasts van overheid en social profit in Vlaanderen	57
1 september 2021	Een vierde druk voor Tante Mariette	10
9 december 2021	7 coronaproof alternatieven voor jouw personeelsfeest	3
27 december 2021	5 vragen aan Caroline Verschaeren van Kom op tegen Kanker	11
28 december 2021	Gentse ondernemingsrechter stelt de werking van Permission Machine aan de kaak	63
28 december 2021	5 vragen aan Veva Daniels	16

28 december 2021	5 vragen aan Max Frans van Socius	8
28 december 2021	5 vragen aan Lieve Jaspaert van Stad Mechelen	20
28 december 2021	5 vragen aan Julie Clément	47
28 december 2021	5 vragen aan Kristof D'hanens van I Like Media	7
28 december 2021	5 vragen aan Hanne Vandenbroucke, studente communicatiewetenschappen	11
28 december 2021	Ode aan de communicatiemedewerker	10
21 januari 2022	Tip van Eric: liever gestaag digitaal, dan radicaal digitaal.	23
22 april 2022	Dit zijn de winnaars van de Kortom Awards 2021	29
20 juni 2022	Tromgeroffel: dit heeft onze nieuwe website voor jou in petto!	350
1 juli 2022	Gluren bij de burens: de communicatietrends volgens Logeion	157
12 juli 2022	5 vragen aan Katrien en Farida van Wablieft	109
9 augustus 2022	5 leestips voor een inspirerende zomer	136
24 augustus 2022	Jullie werkten massaal mee aan het Groot Gemeentelijk Communicatieonderzoek	78
23 september 2022	5 inspirerende inzichten van de Dag van de Digitale Communicatie	248
4 oktober 2022	Een groot hart voor Kortom - Ann Pauwels	119
24 oktober 2022	4 opstapjes naar betere communicatie	75
29 november 2022	Hoera, Kortom wordt 22 jaar!	59
19 december 2022	Inclusieve communicatie om kansen aan te reiken - Steven Van Hemelryck	313

Community

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Aantal vragen	92	103	123	116	123	134	148
Aantal antwoorden	191	251	313	312	313	454	/
Totaal	283	354	436	428	436	596	/

SD 4 - Aantal leden

	2018	2019	2020	2021	2022
Brusselse overheid en VGC	22	23	25	16	22
Communicatie- en adviesbureaus	53	55	50	47	51
Federale instellingen	21	16	20	22	20
Federale overheid	68	64	58	64	66
Gemeenten en steden	435	464	479	498	545
Intercommunales	30	33	39	30	35
OCMW	45	37	25	26	17
Onderwijsinstellingen	32	32	33	35	37
Provincie	60	71	74	82	82
Vlaamse openbare instellingen	44	43	51	40	46
Vlaamse overheid	169	152	140	159	164
Politiezones + brandweer	66	75	71	74	80
Social profitorganisaties	81	109	124	116	180
Ziekenhuizen	31	30	28	29	42
Andere	8	10	4	4	3
totaal	1.165	1.214	1.221	1.242	1.390
Studenten (gratis)			51	164	75