

Hoe maak je communicatie- afspraken?

Een inspiratienota voor communicatie-afspraken

Update 14 oktober 2024

*Versie voor **lokale besturen**, maar ook interessant voor andere organisaties.*



Eindredactie: Marthe Pannecoucke, Ymke Deprez en Eric Goubin

Deze inspiratienota is een update van de eerste versie die verscheen in 2019. Die versie maakten we in co-creatie met communicatiemedewerkers van de lokale besturen in Vlaams-Brabant. We baseerden ons daarbij op bestaande afsprakennota's. De update nu komt er na suggesties en gesprekken met communicatiecollega's uit het Kortom-netwerk.

Wat doet Kortom vzw?

Kortom is de vereniging voor overheids- en socialprofitcommunicatie. Als onafhankelijke vereniging brengen we meer dan 1400 communicatieprofessionals samen die werken in overheids- en socialprofitorganisaties.

Dit is een vrije publicatie. Wist je dat Kortom veel meer te bieden heeft? Neem een kijkje op kortom.be, daar vind je:

- Opleidingen en collegagroepen om jouw communicatieskills aan te scherpen.
- Onderzoeken en publicaties: communicatie is een vak. Het vraagt om kennis, deskundigheid en permanente vernieuwing. Kortom professionaliseert en innoveert het vak, volgt evoluties kritisch op en doet praktijkgericht onderzoek over verschillende communicatiethema's.
- Kortompedia: het online kenniscentrum voor Kortom-leden om je kennis over communicatie te verdiepen.
- Kortomcommunity: de online community waar Kortom-leden rechtstreeks vragen kunnen stellen aan elkaar.

Dank je wel aan Lieven De Bosscher (Gemeente Destelbergen), Mélanie Mahaux (Gemeente Wezembeek-Oppem), Marieke Debels (Gemeente Overijse) & Jellina Vanderheijden (Stad Halle) voor jullie inzichten en feedback.

Inhoudstafel

1. Waarom maak je afspraken?	4
2. Uitgangspunten voor kwaliteitsvolle overheidscommunicatie	6
3. Hoofdrollen voor de eigentijdse communicatiedienst	7
4. Een helder communicatiebeleidsplan	9
5. Inspirerende communicatie-afspraken	10
1. <i>Afspraken die helpen om beleid te vertalen naar communicatiebeleid</i>	10
2. <i>Gemeentediensten en communicatiedienst: elk met een eigen rol in communicatie</i>	10
3. <i>Kwaliteitszorg</i>	12
4. <i>Een goede wisselwerking tussen politieke mandatarissen en gemeentelijke diensten</i>	12
5. <i>Politieke neutraliteit in lokale overheidscommunicatie</i>	13
6. <i>Communicatie bij participatie</i>	14
7. <i>Crisiscommunicatie</i>	14
8. <i>Perscommunicatie</i>	15
9. <i>Sociale media</i>	16
10. <i>Gemeentelijk infoblad</i>	17
11. <i>Gedrukte publicaties</i>	18
12. <i>Website</i>	18
13. <i>Interne communicatie</i>	18
14. <i>Artificiële Intelligentie</i>	19

1. Waarom maak je afspraken?


Binnen organisaties is er vaak discussie over **wat kan, wat mag, wat moet, en wat níét kan** in de communicatiewerking. Elke medewerker of mandataris heeft wel een eigen idee over accenten in en aanpak van communicatie. Uiteindelijk willen we allemaal goed communiceren. Maar dat kan moeilijk als je elkaar voor de voeten loopt, of er vanuit de organisatie op verschillende, of soms zelfs tegenstrijdige manieren wordt gecommuniceerd.

Richten, inrichten, stroomlijnen

Het is zaak de werkpunten te benoemen, te overleggen en er afspraken over te maken. 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 lopen?).

Inspiratienota

Met deze inspiratienota krijg je een overzicht van afspraken die je binnen jouw organisatie kan ontwikkelen om **het communicatiewerk consistent, kwaliteitsvoller en effectiever te maken**. Dat helpt bovendien om aanslepende discussies over 'wie wat moet doen in communicatie' de wereld uit te helpen.

We bieden je een overzicht van mogelijke communicatieafspraken. Het is een bloemlezing van nuttige en reeds bestaande afspraken bij lokale overheden. Om je nog meer te inspireren, vind je doorheen het document linkjes naar Kortompedia, het digitaal kenniscentrum van Kortom. Daar vind je extra uitleg over de communicatie-onderwerpen waarvoor we afspraken maakten in deze nota. Deze artikels zijn enkel toegankelijk voor Kortom-leden. 

Update

Dit document is een update van een eerste versie die verscheen in 2019. Die eerste versie schreven we in co-creatie met een twintigtal gemeentelijke communicatiemedewerkers in de Provincie Vlaams-Brabant.

Na 5 jaar werd het tijd om deze nota onder de loep te nemen. Vele afspraken houden stand, enkele nieuwe afspraken vullen de inspiratienota aan.

Maak je eigen bouwpakket

Dit document is zeker geen 'standaardreglement'. Elke organisatie heeft haar **eigen context**, historiek en gevoeligheden: communicatie-afspraken veronderstellen maatwerk.

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

Het is niet de bedoeling om **á**lle afspraken in deze inspiratienota mee te nemen in je eigen afsprakennota. Neem de afspraken mee die **wenselijk en haalbaar** zijn, en schaf ze bij om ze helemaal **op maat** van je eigen werkomgeving te maken.

Ten slotte: heb je zelf nog een update, toevoeging of suggestie voor deze inspiratienota? Alle suggesties zijn welkom bij eric@kortom.be.

2. Uitgangspunten voor kwaliteitsvolle overheidscommunicatie

We communiceren in de allereerste plaats om **de democratie en de dienstverlening te versterken**.

Daarbij staat het **publiek centraal**, niet de overheid of de mandatarissen. Dat bevordert de geloofwaardigheid van de communicatie en democratie. De indruk mag niet ontstaan dat een gemeenteorganisatie op zichzelf is gericht is of op de persoonlijke belangen van politieke mandatarissen.

Om dit te garanderen, is een **autonome communicatiedienst** cruciaal. Eentje die het vertrouwen van de organisatie en het bestuur krijgt om kwalitatieve communicatie te verzorgen, die beantwoordt aan de noden van de burger en de organisatie. Goede afspraken kunnen hierbij helpen.

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 bij het maken van communicatie-afspraken. Dit zijn de meest prominente kwaliteitscriteria voor overheidscommunicatie 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 wie ernaar 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.

Meer lezen?

[Wat is het verschil tussen overheids- en politieke communicatie?](#) 

3. Hoofdrollen voor de eigentijdse communicatiedienst

Mandatarissen en medewerkers hebben vaak verschillende, al dan niet uitgesproken verwachtingen over de rol van de communicatiedienst. In de loop der jaren groeide het besef dat een communicatiedienst zoveel meer kan betekenen dan de winkel waar je langs kan om pakweg een folder of een nieuwsbrief te bestellen. Want misschien heb je om je communicatiedoel te bereiken helemaal geen folder of nieuwsbrief 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 en het in het hart van de organisatie te plaatsen.

Onderzoek toont aan dat de 'ideale' communicatieafdeling zes verschillende hoofdrollen opneemt.

Zes rollen

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.

Observator

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

Bruggenbouwer

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

Coach

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

Realisator

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

Coördinator corporate communicatie

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

Denken en doen

In de praktijk van nog te veel organisaties wordt de communicatieafdeling in de hoek van de twee laatste uitvoerende rollen geduwd.

Communicatie is meer dan een facilitaire dienst. Het zit verweven in de hele organisatie en verdient een strategische plek. De communicatiedienst handelt vanuit een helikopterperspectief, ze verbindt diensten, bevordert samenwerking en weet wat er leeft bij de burger.

Om de hele organisatie communicatief sterker te maken is er nood aan afspraken en maatregelen om de vier andere rollen volwaardig op te nemen: als strateeg, observator, bruggenbouwer en coach.

Meer lezen?

[Onderzoek naar de organisatie van de communicatiedienst \(2018\)](#)

[Welke rollen heeft een communicatiemedewerker?](#) 

4. Een helder communicatiebeleidsplan

Vooraleer je in de communicatie-afspraken duikt, is het zaak dat **alle neuzen in dezelfde richting wijzen**. Wat zijn de ambities van de organisatie op vlak van communicatie? Maak deze expliciet voor zowel **externe als interne communicatie in een communicatiebeleidsplan**. Hiermee ga je in de eerste plaats je communicatie richten. Een afsprakennota zorgt voor het inrichten en stroomlijnen van de communicatie.

Door je afsprakennota in te leiden met je **visie** en **communicatiedoelen**, kan je je afspraken hierop laten aansluiten. Zo kom je tot een nota die beter past bij de noden van de organisatie.

Meer lezen?

[Dossier - Communicatiebeleidsplan](#) 

5. Inspirerende communicatie-afspraken

In wat volgt vind je een overzicht van afspraken die elders reeds bestaan of die specifiek voor de inspiratienota bedacht zijn. Deze afsprakennota is voornamelijk gericht op lokale besturen, maar zeker ook interessant voor andere (overheids)organisaties.

Deze afspraken zijn niet voor elke organisatie even relevant of realistisch. Haal er à la carte uit wat voor jouw organisatie inspirerend en nuttig is, en vul het aan tot je eigen afsprakenkader.

5.1 Afspraken die helpen om beleid te vertalen naar communicatiebeleid

1. De communicatiedienst maakt op basis van de organisatiedoelen een gepast **communicatiebeleidsplan**.

2. De communicatiedienst is **verantwoordelijk voor** de planning, realisatie en evaluatie van het communicatiebeleidsplan.

3. De **schepen van communicatie** en de communicatieverantwoordelijke zitten op regelmatige basis samen om de realisatie van de communicatiedoelen te bespreken en bij te sturen.

4. De communicatiedienst bepaalt welke **communicatie-acties** nodig zijn om de noden van de burger en de organisatie tegemoet te komen. Daarbij worden noodzakelijke acties ter kennisgeving voorgelegd bij het college.

5. 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 het vergadergedeelte over delicate, persoonsgebonden agendapunten.

6. De communicatieverantwoordelijke heeft **inzage in de agenda** van het college van burgemeester en schepenen en het managementteam en geeft vooraf communicatieadvies. De communicatieverantwoordelijke krijgt onmiddellijk na de vergadering informatie over de genomen en te communiceren beslissingen.

7. Bij de te nemen beslissingen van managementteam en het college van burgemeester en schepenen voorzien we een **communicatieparagraaf**. Die duidt aan wie over deze beslissing geïnformeerd moet worden, en wie verantwoordelijk is voor deze communicatie.

5.2 Gemeentediensten en communicatiedienst: elk met een eigen rol in communicatie

8. De communicatiedienst **begeleidt en ondersteunt de diensten** bij de communicatie over hun activiteiten. In onderling overleg en afhankelijk van de noden gebeurt deze ondersteuning in eigen huis of met inzet van externen.

9. We vermijden een last-minute inzet van de communicatiedienst. Als een gemeentedienst een **project voorbereidt** dat communicatie veronderstelt, overlegt deze in een vroeg stadium met de communicatiedienst de doelen, aanpak, planning en eventuele kosten van de communicatie.

10. De communicatiedienst is niet louter een producent en beheerder van kanalen. De communicatiedienst neemt ook **rollen** op als observator, communicatiestrategen en communicatiecoach.

11. De communicatiedienst ondersteunt medewerkers, die dagelijks in **contact** komen met **burgers** (onthaal, buitendiensten, loket ...) bij de uitvoering van hun informatietaak (de decretale informatieplicht).

12. De communicatiedienst informeert en sensibiliseert de diensten over **openbaarheid van bestuur**. Ze registreert en behandelt de aanvragen.

13. De communicatiedienst treedt op als **klachtencoördinator**. Deze registreert de klacht, vraagt intern feedback bij collega's/schepenen en beantwoordt de klacht.

Variant: De communicatiedienst is geen klachtencoördinator, deze taak wordt opgenomen door een andere dienst (specificeer).


14. De communicatiedienst ontwikkelt en beheert een **beelddatabank**.


15. De communicatiedienst werkt samen met een **redactieraad**. Deze raad werkt mee aan redactiebeleid en aan het selecteren, plannen en aanleveren van content voor de verschillende kanalen van de gemeente: informatieblad, website, nieuwsbrief, sociale media ... De communicatiedienst maakt hier werk van contentplanning en kwaliteitszorg. Het is ook wenselijk om samenstelling, rollen en taken van de redactieraad te bepalen.

16. Alle personeelsleden stellen zich **informeringsgevoelig** op: zij ontwikkelen communicatiereflexen en geven hun onderwerpen of andere suggesties met betrekking tot interne en/of externe communicatie door aan de communicatiedienst

17. **Leidinggevenden** hebben een prominente verantwoordelijkheid als sleutelfiguur in interne en externe communicatie. In het bijzonder zijn ze mee verantwoordelijk voor een structurele informatiedoorstroming binnen hun dienst en afdeling. Zowel bij aanwerving, functioneringsgesprekken als evaluatie van leidinggevenden is dit een belangrijk aandachtspunt.

Meer lezen?

12. [Wat is openbaarheid van bestuur?](#) 

14. [Hoe leg je best een beelddatabank aan?](#) 

5.3 Kwaliteitszorg

18. De communicatiedienst ziet toe op de naleving van de decretale **normen voor overheidscommunicatie**: heldere taal, duidelijkheid over de fase waarin de besluitvorming zich bevindt, herkenbaarheid als lokale overheid, politieke neutraliteit, commerciële neutraliteit, correct gebruik van externe media.

19. De communicatiedienst bevordert, ondersteunt en bewaakt **inclusieve communicatie**. Ze ontwikkelt inhoud, kanalen en vormgeving zodat niemand uit de boot valt. Ze heeft aandacht voor klare taal en webtoegankelijkheid en maakt weloverwogen keuzes tussen mondelinge, gedrukte en digitale communicatie.

20. In het **beeldmateriaal** zetten we niet onszelf als organisatie maar het **publiek centraal**, in al haar diversiteit.

21. De communicatiedienst coördineert, faciliteert en bewaakt het correcte gebruik van de gemeentelijke **huisstijl**.

22. In de gemeentelijke publiekskanalen hanteren we de laagdrempelige **je-vorm**. In correspondentie en in dossiers houden we het bij de meer zakelijke u-aanspreking.

23. De communicatiedienst ontwikkelt en coördineert het **beeldbeleid** van de gemeente. Zij ontwikkelt richtlijnen die de kwaliteit en de bescherming van de privacy waarborgen.

24. Bij beeldmateriaal zijn we alert voor het respecteren van **auteursrechten**. We maken zo veel als mogelijk gebruik van eigen foto's.

25. De communicatiedienst **volgt de ontwikkelingen** in het communicatievak en neemt deel aan opleidingen om haar kennis en expertise up-to-date te houden.

Meer lezen?

19. [Dossier – Inclusieve communicatie](#) 

21. [Uit welke elementen bestaat een huisstijl?](#) 

22. ['Je' of 'u': hoe spreek je je doelgroep aan?](#) 

5.4 Een goede wisselwerking tussen politieke mandatarissen en gemeentelijke diensten

26. Burgemeester, schepenen en diensthoofden **houden elkaar** continu **op de hoogte** van beleidsaangelegenheden en de uitvoering ervan. Zij voorzien hiervoor een structureel, maandelijks overleg.

27. **Beleidsafspraken** worden enkel gemaakt via het college van burgemeester en schepenen, niet individueel tussen een schepenen en een ambtenaar/dienst.

28. De burgemeester en algemeen directeur voorzien met de betrokken diensten een **terugkoppeling van de beslissingen van het college**. Dat gebeurt snel na de vergadering, hetzij rechtstreeks via de vergadersoftware, hetzij via een toelichtingsmoment.

29. Terugkoppeling over **personeelsbeslissingen** gebeuren via de algemeen directeur, niet via de leden van het college van burgemeester en schepenen.

5.5 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 kan gaan over de bestuurlijke organisatie, beslissingen, regelgeving, dienstverlening of de rechten van de burger. Die zaken worden systematisch, neutraal, objectief, tijdig en toegankelijk gecommuniceerd.

Beleid-in-ontwikkeling

Met communicatie over beleid-in-ontwikkeling stimuleren we de publieke discussie. Zo willen we de participatie van burgers bevorderen. Van die communicatie is de afzender altijd duidelijk het bestuur. Ze is niet wervend, beperkt zich tot de weergave van de feiten en is zakelijk van toon.

Niet-beslist beleid

Beleidspunten waarover nog geen beslissing genomen is komen niet in aanmerking voor bekendmaking via de gemeentelijke communicatiemiddelen.

31. Meerderheidsstandpunten of adviezen van het schepencollege mogen niet worden gecommuniceerd alsof het lijkt dat de beslissing reeds 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 schepencollege (vb. 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.
- In crisissituaties verwacht de bevolking dat de burgemeester een leidende rol opneemt, en is het wel wenselijk dat deze regelmatig het woord voert.

33. Politieke communicatie werkt liefst ondersteunend aan gemeentelijke communicatie en kan deze op een positieve manier versterken. **Politieke communicatie kan pas na de gemeentelijke communicatie** (vb. nieuwe beslissing van het schepencollege, lancering van projecten, ...).

34. **Mandatarissen interveniëren niet maar versterken gemeentelijke communicatie:**

- Mandatarissen kunnen berichten van het lokaal bestuur delen, maar gaan zelf niet reageren op vragen of reacties. Tevens worden er geen bronnen van het lokaal bestuur (vb. foto's, teksten, documenten ...) gebruikt in politieke communicatie.

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

36. **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.

Variant: Alle briefwisseling en uitnodigingen vanwege het stadsbestuur worden ondertekend door de algemeen directeur en de burgemeester.

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

- Gemeentepersoneel werkt niet mee aan de persoonlijke kanalen van mandatarissen (vb. hun persoonlijke Facebookpagina).
- In hun keuze van 'vrienden', het 'leuk vinden' en het delen van berichten van andere pagina's stellen gemeentelijke sociale media zich politiek neutraal op.


- **Functiegebonden profielpagina's** op Facebook (bijvoorbeeld van de centrum-coach, 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 eveneens voor pagina's of berichten van merken of **commerciële bedrijven** en **handelszaken**. Dit laatste is enkel mogelijk indien dit professioneel noodzakelijk is en indien de onafhankelijkheid gewaarborgd blijft.
- 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.

5.6 Communicatie bij participatie

38. De communicatiedienst wordt altijd **op voorhand** betrokken bij participatietrajecten. De communicatiedienst ondersteunt de trajecten met kwaliteitsvolle communicatie **voor, tijdens en na** het project.

39. De gemeente communiceert altijd over wat er uiteindelijk met de **output** van een participatietraject wordt gedaan. Dit gebeurt met inzet van de expertise van de communicatiedienst.

Meer lezen?

[Dossier – Inspraak & participatie](#) 

5.7 Crisiscommunicatie

40. Bij de afkondiging van de gemeentelijke noodfase, is de communicatie-verantwoordelijke als D5 een cruciale schakel.

Dat veronderstelt in het noodplanningsproces een **snelle inzet** van de communicatie-verantwoordelijke vanuit het crisiscentrum.

41. De communicatieverantwoordelijke bepaalt als D5 **wanneer welke informatie** wordt gecommuniceerd en krijgt daartoe input van de verschillende disciplines (medisch, noodplanambtenaar, hulpverlening, politie ...).

42. Bij crisissituaties wordt steeds 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.

Meer lezen?

[Dossier – Crisiscommunicatie](#) 

5.8 Perscommunicatie

43. De communicatiedienst is samen met het college van burgemeester en schepenen verantwoordelijk voor de **persplanning** (met wekelijkse/maandelijks terugkoppeling).

Overheid zoekt pers

44. De **opmaak** van de persberichten en het beslissen over de **nieuwswaardigheid** daarvan gebeurt door de communicatiedienst. De betrokken dienst is inhoudelijk verantwoordelijk en reikt info aan.

45. 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 (vb. het cultuurcentrum onderhoudt over haar programmatie zelf contacten met de pers).

46. 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.

47. Bij het uitsturen van persberichten staan leden CBS, GR en Bijzonder Comité in kopie zodat ze **op de hoogte zijn** van de perscommunicatie.

48. 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 verduidelijkende info op te zoeken of een antwoord te formuleren voor een journalist.

49. We gaan **spaarzaam om met persconferenties**: enkel al ze echt voldoende nieuwswaardig zijn om journalisten te engageren. Een persconferentie houden we enkel als het onderwerp veel uitleg nodig heeft, veel vragen kan oproepen, of als er iets belangwekkend te tonen valt. De communicatiedienst helpt inschatten of een persconferentie al dan niet nuttig is.

Pers zoekt overheid

50. Wanneer de **pers rechtstreeks** met een dienst contact opneemt voor een reactie of met een vraag, verwijst deze dienst door naar de communicatiedienst. De communicatiedienst neemt hierover contact op met de burgemeester en/of bevoegde schepen.

51. Als de pers een schepen telefoneert voor **reactie**, gebeurt er een terugkoppeling naar de burgemeester, het betrokken diensthoofd en de communicatiedienst, zodat er geen tegenstrijdige communicatie ontstaat.

52. Louter **informatieve vragen** van de pers (vb. over bezoekersaantallen, welke dingen er in bibliotheekboeken worden achtergelaten ...) kan de dienst zelf beantwoorden, met vooraf

even een terugkoppeling naar de burgemeester, de bevoegde schepen en het diensthoofd.

53. **Aanvragen** door externen van **beeldopnames** worden steeds doorgegeven aan de communicatiedienst die hierover terugkoppelt met het college van burgemeester en schepenen.

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

55. Alle **contacten** voor **mediadeals** en **advertenties** (betalend én gratis) verlopen via de communicatiedienst, tenzij dit vooraf anders is afgesproken.

Meer lezen?

[Dossier – Pers en media](#) 

5.9 Sociale media

Zie met betrekking tot dit onderdeel ook het luik 'Politieke neutraliteit', eerder in dit document bij afspraak 37.

56. De communicatiedienst **coördineert** de sociale media van het lokaal bestuur.

57. Diensten en projecten die zich richten tot **specifieke doelgroepen** kunnen hun eigen socialmediapagina's ontwikkelen, mits principiële goedkeuring door de communicatiedienst. De communicatiedienst vermijdt hierbij wildgroei.

58. De communicatiedienst **monitort de publieke gesprekken** en reacties die ontstaan op berichten **op hun eigen pagina**. Bij belangrijke issues rapporteert de communicatiedienst hierover aan het college van burgermeester en schepenen, het managementteam en/of de betrokken dienst.

59. De communicatiedienst **beantwoordt vragen en opmerkingen van burgers** op de socialemediapagina's van de gemeente. **Hier interveniëren politici niet**. Als de burgemeester of schepenen een dringende tussenkomst wensen, dan contacteren zij hiervoor de communicatieverantwoordelijke.

- De communicatiedienst ontwikkelt **richtlijnen** over hoe er wordt omgegaan met reacties op berichten op sociale media. Diensten die een eigen pagina hebben, houden zich aan dezelfde afspraken.

60. De communicatiedienst monitort de **publieke gesprekken op lokale socialemediapagina's** (andere dan deze van het gemeentebestuur, bijvoorbeeld 'Ge zijt van xxx', pagina's van lokale nieuwsmedia ...). Bij zich ontwikkelende, belangwekkende issues rapporteert de communicatiedienst hierover aan het college van burgemeester en schepenen, het managementteam en/of de betrokken dienst. De communicatiedienst reageert alleen op berichten die op gemeentelijke sociale media' gepost worden.

61. Gemeentelijke medewerkers stellen zich **terughoudend** op al er op sociale media kritiek komt over gemeentebestuur of gemeentendiensten.

Op je privé-account je eigen mening geven kan, 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.

Meer lezen?

58. [Hoe reageer je op berichten op sociale media?](#) 

59. [Hoe ga je om met polarisatie op sociale media?](#) 

5.10 Gemeentelijk infoblad

62. De **redactieraad** staat in voor het redactiebeleid en -planning van het gemeentelijk informatieblad (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...).

63. De communicatiedienst maakt een **redactiestatuut** op. In het redactiestatuut komen bijkomende afspraken over de doelstellingen van het magazine, de invulling ervan en de verwachting van de redactieraad.

64. Het gemeentelijk informatieblad streeft inhoudelijk naar een goed evenwicht tussen het inspelen op de **informatienoden** van de bevolking enerzijds, en op de

informeringsbehoeften van gemeentebestuur en -diensten anderzijds. Het blad richt zich tot de hele bevolking, en houdt rekening met de verschillende doelgroepen. De redactie ontwikkelt bijzondere aandacht voor een eenvoudig, toegankelijk lees- en taalniveau.


65. Er zijn afspraken over **deadlines** om teksten en beeldmateriaal aan te leveren. Wanneer deadlines niet worden gerespecteerd, kan dat ervoor zorgen dat artikels niet of later worden gepubliceerd.

66. De communicatiedienst doet **eindredactie** in functie van redactionele kwaliteitszorg: klare taal, heldere structuur, goede beelden ...

67. Er komen enkel **activiteiten** uit de UiTdatabank in de activiteitenkalender van het infoblad.

Meer lezen?

64. [Wat staat er in een redactiestatuut?](#) 

67. [Hoe voer je eindredactie op je magazine uit?](#) 

5.11 Gedrukte publicaties

68. Het mag **niet vanzelfsprekend** zijn om voor elke communicatie in te zetten op gedrukte kanalen: we voorzien enkel drukwerk waar het écht meerwaarde heeft. De communicatiedienst adviseert wanneer drukwerk wel en niet nuttig is.

69. De gemeentediensten overleggen ruim op voorhand met de communicatiedienst over de planning en realisatie van digitale en gedrukte communicatieproducten.

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

71. De communicatiedienst stuurt de **ontwerpen** van communicatiemiddelen ter controle door naar de diensten. De diensten

kijken de ontwerpen na en leggen ze ter goedkeuring voor aan het bevoegde lid van het management en de bevoegde mandataris(sen).

72. We ontwerpen alle communicatiemiddelen volgens de **huisstijl** van de gemeente. Enkel diensten die een eigen huisstijl hebben, communiceren volgens hun huisstijl (cultuurcentrum, bibliotheek ...).

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

74. Het logo van het lokaal bestuur wordt enkel gebruikt voor communicatie vanuit het lokaal bestuur. **Politiek mandatarissen gebruiken het logo** van de gemeente **niet** in hun eigen communicatie.

5.12 Website

75. De communicatiedienst beheert de website van de gemeente.

76. De gemeentediensten zijn zelf **inhoudelijk verantwoordelijk** voor de informatie op de website en houden deze informatie up-to-date.

77. Nieuwe elementen of **aanpassingen in de structuur** van de website kunnen enkel na voorafgaand overleg met de communicatiedienst.

78. Medewerkers of diensten kunnen voorstellen doen voor **nieuwsberichten** bij de communicatiedienst.

Meer lezen?

[Dossier - Website](#) 

5.13 Interne communicatie

Intranet

79. De communicatiedienst is verantwoordelijk voor het **algemeen beheer van het intranet**.

80. Elke dienst heeft een aangestelde **redacteur** die verantwoordelijk is voor berichten op het intranet uit de betreffende dienst. Redacteurs worden aangesteld en opgeleid door de communicatiedienst.

Ze beheren hun sites en pagina's en houden die up-to-date. De communicatiedienst is verantwoordelijk voor de eindredactie en publicatie van berichten.

81. **Nieuwe functionaliteiten of aanpassingen** in de menu- en navigatiestructuur kunnen enkel na overleg met de communicatiedienst.

82. Enkel de communicatiedienst publiceert **nieuwsberichten**.

83. **Voorstellen** voor nieuwsberichten of nieuwe pagina's zijn welkom bij de communicatiedienst. De communicatiedienst beslist over de nieuwsaarde en de wenselijkheid van het aangevraagde bericht of de pagina.

Andere interne communicatiekanalen

84. De communicatiedienst is verantwoordelijk voor de samenstelling, eindredactie en opmaak van de **interne communicatiekanalen** (zoals de interne nieuwsbrief, het personeelsmagazine ...). Diensten kunnen items aanleveren via de afgesproken kanalen.

Meer lezen?

[Dossier - Interne communicatiekanalen](#) 

5.14 Artificiële Intelligentie

Artificiële intelligentie (AI) heeft het werk van de communicatiedienst grondig door elkaar geschud. AI biedt vele mogelijkheden, maar brengt ook risico's met zich mee. Daarom is er nood aan een algemeen kader waarin er richtlijnen voor AI worden vastgelegd. [Digitaal Vlaanderen creëerde enkele algemene richtlijnen](#). Daarnaast zijn deze richtlijnen relevant voor de communicatiedienst.

85. Om te zorgen voor een eigentijdse communicatiedienst, is de communicatiedienst op de hoogte van de mogelijkheden met AI en krijgt ze de ruimte om hiermee te **experimenteren**.

- De communicatiedienst krijgt de speelruimte om te experimenteren met AI binnen de door de organisatie goedgekeurde tools.
- De communicatiedienst krijgt de kans om hierover bij te leren tijdens opleidingen.

86. De communicatiedienst is **transparant** wanneer content (tekst, beeld ...) met AI werd gecreëerd.

- Wanneer AI louter als hulpmiddel wordt gebruikt, en de communicatiedienst sterke eindredactie uitvoerde op het materiaal, is het niet relevant om te vermelden dat AI werd gebruikt.

87. **Gemeentediensten** die AI gebruiken voor communicatiemateriaal, zijn hierover **transparant**.

Meer lezen?

[Dossier - Artificiële Intelligentie](#) 