

7.1 Inleiding

De Vlaamse overheid voert een beleid dat de burger¹⁶ centraal plaatst. Ze profileert zich als een daadkrachtige, efficiënte en effectieve overheid, die de kwaliteit van haar contact met de burger hoog in het vaandel voert. De Vlaamse overheid krijgt feedback van de burger, betreft hem actief bij de totstandkoming en de uitvoering van haar beleid en informeert hem consequent over haar beleid, beslissingen en dienstverlening. De overheid prikkelt, vormt, informeert, mobiliseert en daagt haar burgers uit zodat zij actief deelnemen aan de samenleving en zelf verantwoordelijkheid nemen.

Communicatie speelt een strategische rol bij de handelingen van een overheid. Overheid en burger zijn constant in dialoog. Iedereen heeft het recht om **goed geïnformeerd** te worden over zijn rechten en plichten, over het beleid van zijn overheid en over de dienstverlening die ze biedt. Iedereen moet op een eenvoudige manier bij de overheid terecht kunnen met zijn vragen. Dat is een kwestie van goede communicatie, maar ook van een goede organisatie. Daarnaast gebruikt een overheid communicatie om haar **beleid waar te maken**: om mensen te laten participeren, om mensen te overtuigen om iets te doen of iets te laten, om ze tot een duurzame gedragsverandering aan te zetten in het belang van henzelf of van de samenleving.

Welke functie ze ook vervult, communicatie begint met **contact** leggen. En het is voor de communicatieverantwoordelijken en alle personeelsleden van de Vlaamse overheid een voortdurende opdracht om dat steeds beter te doen **in een snel veranderende wereld**. Contact leggen werkt in twee richtingen: een persoon, een bedrijf, een organisatie... wil vlot de juiste informatie of overheidsdienst vinden die hij op dat moment nodig heeft. Overheidsdiensten van hun kant willen hun doelgroepen bereiken en betrekken bij hun beleid: toeristen, jongeren, ouders van baby's, (ver)bouwers, 'de Vlaming in het algemeen', Nederlands- of anderstalige Brusselaars, expats, werkzoekenden, kmo'ers, inburgeraars, sportbeoefenaars... Hoe breng je dat contact tot stand en hoe hou je het in stand, in een complexe en snel veranderende maatschappij? En hoe zorg je ervoor dat de mensen die het zwakst, staan daarbij niet uit de boot vallen?

Het beeld dat mensen hebben van Vlaanderen en van de Vlaamse overheid, is bepalende voor een goed contact. Vlaanderen kan zich vandaag nog sterker als deelstaat met een slagkrachtige overheid bij de relevante doelgroepen in binnen- en buitenland presenteren. Met Vlaanderen in Actie (ViA) en het Pact 2020 hebben we onze beleidsdoelstellingen op lange termijn expliciet vastgelegd en een breed maatschappelijk draagvlak gegeven. Dat is meteen een geschikte basis om een duurzaam imago-beleid op te bouwen.

In dit deel van de beleidsnota Algemeen Regeringsbeleid geef ik mijn visie op het communicatiebeleid van de Vlaamse overheid en op de rol die de verschillende hoofdrolspelers moeten spelen voor de realisatie van de strategische en operationele doelstellingen voor overheidscommunicatie. Om hun rol als strategische partner te kunnen vervullen, is het van groot belang dat de Vlaamse overheid ondanks de beperkte budgettaire ruimte voldoende aandacht blijft besteden aan overheidscommunicatie.

7.2 Omgevingsanalyse: nieuwe verwachtingen in de veranderende omgeving

De voorbije jaren heeft de Vlaamse overheid met een intensievere samenwerking met middenveld en lokale besturen, een actief en proactief persbeleid en sterke sectorale communicatie-

¹⁶ Burger is in deze nota te lezen als de burger in al zijn mogelijke hoedanigheden: werkgever, werknemer, lid van een organisatie, bedrijfsleider, jongere, oudere, ambtenaar, diplomaat, anderstalige in Vlaanderen, leerling, muzikieliefhebber, allochtoon, holebi, toerist, expat...

acties met oog voor doelgroepen, 1700 als multikanaal uniek loket, het project Vlaanderen in Actie (ViA)... een antwoord geformuleerd op de roep om **vraaggestuurde communicatie** ten dienste van de ontvanger. De Vlaamse overheid heeft veel geïnvesteerd in toegankelijke kanalen die de drempel voor het contact zo laag mogelijk maken. En dat heeft resultaat opgeleverd. De evaluatie van het decreet Openbaarheid van Bestuur toont dat het eerste contact met de burger meestal goed zit. De burger weet de Vlaamse overheid te vinden en krijgt er behoorlijke basisinformatie. Maar na dat eerste contact loopt hij vaak verloren. Veel informatie wordt versnipperd aangeboden en de burger moet zelf alle puzzelstukken bij elkaar leggen. Het antwoord op de vraag: **'wat betekent dat concreet voor mij'** ontbreekt vaak.

Zeker in een tijd met zo veel technologische mogelijkheden verwachten burgers dat hun overheid hen **volledige, geïntegreerde informatie op maat** kan geven. En dat liefst **proactief**: de overheid moet zelf initiatief nemen en de burger de juiste informatie bezorgen op het juiste moment. Daarvoor moet de overheid gebruikmaken van wat ze al weet over de concrete situatie van die burger, over de grenzen van aparte entiteiten en bestuursniveaus heen. De burger vraagt dus naar een **duurzame relatie en niet naar losse contacten met de verschillende overheden**.

In de veranderende omgeving volstaat het klassieke communicatiemodel met de zender (overheid) die via georganiseerde media communiceert met ontvangers (burgers) niet meer. In onze maatschappij evolueert communicatie steeds meer naar **'intercasting'** in plaats van 'broadcasting'. Communicatie is steeds meer **van** iedereen, **voor** iedereen en **door** iedereen. Ook dat schept nieuwe verwachtingen: de burger wil niet alleen informatie ontvangen, maar ook de inhoud mee beheren, bepalen, verbeteren. Hij wil met andere woorden dat zijn overheid hem in de communicatie als een gelijkwaardige partner beschouwt.

Van een echte partner mag de overheid een actief burgerschap verwachten. En burgers nemen initiatieven. Ze gaan sneller en vaker een engagement aan voor initiatieven die ze zelf hebben genomen dan voor initiatieven van de klassieke organisaties. In communicatietermen wordt dat de **sociale netwerkmethod** genoemd. De sociale netwerkmethod betreft leden van een doelgroep bij de opzet en uitvoering van communicatie. Overheidscommunicatie is doeltreffender als ze tot stand komt in overleg en samenwerking met de doelgroep waarvoor ze bedoeld is.

De sociale netwerkmethod maakt innovatief gebruik van de klassieke massamedia en de klassieke intermediairen (erkende verenigingen, beroepsgroepen als notarissen en artsen. Daarnaast worden ook de **'eigen' kanalen** van de doelgroepen ingeschakeld. Dat kan **offline** (bijvoorbeeld door aanwezig te zijn op evenementen die de doelgroepen organiseren), of vaak op een efficiënte manier online.

De nieuwe ontwikkeling op het vlak van internettechnologie stelt individuen en kleine groepen in staat om zich laagdrempelig te organiseren en biedt hen ook de mogelijkheid om open data te hergebruiken en op die manier verrijkte inhoud te creëren. De technologische ontwikkelingen (onder meer de 2.0-technologie) zorgen ervoor dat terwijl het vroeger volstond om aanwezig te zijn op het internet, de overheid nu ook online aanwezig moet zijn op diverse sociale media waar haar doelgroepen tijd spenderen. In dat kader kan gesproken worden over de overheid als **platform**. Aan de ene kant kan de overheid het initiatief nemen om rond concrete vragen, problemen, stellingen of thema's **communities** te creëren voor burgers, organisaties of bedrijven. In wisselwerking met die groepen kan de overheid zich een breed beeld vormen van maatschappelijke wensen en tegelijk werken aan communicatie en draagvlak. Aan de andere kant kan de overheid als **open overheid** werk maken van het openstellen van bepaalde van haar databronnen zodat creatieve burgers, organisaties of bedrijven die innovatief kunnen hergebruiken.

De maatschappelijke evolutie is vrij jong. Er bestaan (nog) geen gestandaardiseerde methodes. De Vlaamse overheid mag echter niet aan de kant blijven staan. Ze moet durven **experimenteren**,

verder inzicht verwerven in haar doelgroepen en de **ontwikkelingen** op het vlak van media- en informatiegebruik bij haar doelgroepen van zeer nabij volgen. Op basis van die kennis moet de Vlaamse overheid haar communicatiestrategie voortdurend verfijnen en vertalen naar een innovatieve communicatieaanpak, met een mix van nieuwe en bestaande instrumenten, in samenwerking met haar partners (andere overheden, bedrijven, media, en ... de burger zelf). Daarbij staat niet de zender centraal, maar wel het kwalitatieve, duurzame contact met de burger.

7.3 Strategische en operationele doelstellingen

7.3.1 Geïntegreerde informatie

De afdeling Contactpunt Vlaamse Infolijn (DAR) werkt – samen met Corve, de VVSG en de VVP¹⁷ - ter uitvoering van het decreet Openbaarheid van Bestuur aan een gezamenlijk informatiebestand. Het streefdoel is om de informatie van de verschillende overheden te bundelen in een actuele, uniforme en gevalideerde productcatalogus. In een eerste fase ligt de nadruk op informatie van de Vlaamse overheid en de lokale besturen die ontsloten wordt via de eigen digitale en fysieke loketten van die overheden. Dat is een belangrijke stap in de verdere uitwerking van het één-loketprincipe. Een burger moet onafhankelijk van het loket waarop hij een beroep doet (1700, gemeentelijk loket, overheidssites), identieke informatie krijgen.

De Vlaamse overheid wil het contact met de burger nog vlotter laten verlopen. Burgers willen immers dat ze geholpen worden over de grenzen van alle bestuursniveaus heen. Samenwerking met de Brusselse, federale en Europese overheid is een logische volgende stap in de uitbouw van een geïntegreerde productcatalogus.

De afdeling Contactpunt Vlaamse Infolijn coördineert dat project inhoudelijk, samen met alle betrokken entiteiten binnen en buiten de Vlaamse overheid. Die ontsluiten de informatie ook via hun eigen kanalen en faciliteren samen met Corve de uitwisseling van informatie tussen de verschillende bestuursniveaus om het éénloket-principe verder uit te werken.

7.3.2 Een open overheid

Echt waardevolle en interactieve contacten vergen ook openheid van de overheid (informatie) en een innovatief gebruik van media. De Vlaamse overheid wil duidelijk een open en transparante overheid zijn. In haar eindrapport stelt de Commissie Efficiënte en Effectieve overheid terecht dat 'het essentieel is dat de samenleving eigenaarschap heeft van haar overheid; de graad van openheid staat daarmee in sterke correlatie'. De evolutie van internettechnologie en van mobiele technologie biedt mogelijkheden om dankzij openheid meerwaarde te bieden aan de contacten tussen de overheid en haar burgers.

Zo moet de informatie die de afdeling Contactpunt Vlaamse Infolijn verzamelt en ontsluit via haar eigen overheidskanalen bijvoorbeeld bestaan uit open data, die ook gebruikt kunnen worden voor en door burgers. Op die manier kan een burger een meerwaarde bieden aan de informatie en gegevens van de overheid (door feedback of signalen te geven of door eigen data toe te voegen).

17 Corve – Coördinatief Vlaams e-government; VVSG – Vereniging van Vlaamse Steden en Gemeenten; VVP – Vereniging van de Vlaamse Provincies

7.3.3 Directe interactie met de burger

Door gegevens open te stellen kunnen burgers actief een bijdrage leveren aan de verschillende fases van de beleidscyclus. Voor actieve burgerparticipatie volstaat een beleid van open data niet. De overheid moet ook innovatieve manieren creëren om de betrokkenheid in elke beleidsfase te stimuleren.

In deze legislatuur zal de Vlaamse overheid extra aandacht besteden aan projecten die directe interactie met de burger aanmoedigen. De afdeling Communicatie (DAR) moet - samen met de betrokken communicatieverantwoordelijken - in die projecten een initiërende en adviserende rol spelen:

- door modellen te ontwikkelen voor succesvolle interactie en samenwerking met de burger,
- door de projecten te volgen en de kennis erover te delen binnen en buiten de eigen organisatie,
- door goede praktijken uit binnen- en buitenland te verzamelen en te delen,
- door communities te organiseren waarin interne en externe experts kennis opbouwen en delen en projecten voortdurend evalueren.

Nieuwe en sociale media zullen in die projecten bewust, actief en veelvuldig ingezet worden. Openheid, samenwerking en wederkerigheid zijn immers wezenskenmerken van die media. De 'klassieke' media kunnen ook een bijdrage leveren aan de projecten voor directe interactie op voorwaarde dat ze innovatief ingezet worden. Dat betekent een verdere verschuiving van de klassieke top-downmassamediacampagnes naar projecten waar die media interactief gebruikt worden.

7.3.4 Proactieve en alerte communicatie

De Commissie Efficiënte en Effectieve overheid schrijft in haar eindrapport dat 'de administraties in Vlaanderen radicaal en strategisch moeten kiezen voor een digitale overheid'.

Het inventariseren en koppelen van alle authentieke databronnen van de Vlaamse overheid (en andere overheden) schept kansen voor overheidscommunicatie en het gebruik van open data. Met die data kan de overheid proactief informatie op maat aan de burger aanbieden. In bepaalde gevallen kan de overheid een burger laten weten dat hij recht heeft op iets en anticiperen op zijn vraag. Een alerte overheid biedt ook informatie aan zijn burgers op het ogenblik dat die burgers de informatie nodig hebben. Daarvoor moet onderzocht worden in hoeverre de overheid haar data kan gebruiken om burgers gericht te informeren over maatregelen waarvoor ze in aanmerking zouden kunnen komen.

Om op maat te kunnen informeren zal de overheid haar informatie ook anders moeten (laten) 'moduleren'. Nu is de informatie nog te vaak opgesteld met het oog op de verspreiding ervan via (eigen) massamediale kanalen, terwijl de burger verwacht dat informatie en dienstverlening volgens zijn individuele logica uitgewerkt worden. Ook daar kan een beleid van 'open data' helpen en kan door samenwerking met partners of media die dichterbij de individuele burger staan, de vertaalslag gemaakt worden.

7.3.5 Communicatie met een lage drempel

De Vlaamse overheid is zich ervan bewust dat nog niet iedereen toegang heeft tot internet en dat het bepaalde doelgroepen ontbreekt aan vaardigheden om optimaal gebruik te maken van de digitale mogelijkheden. In het verleden hebben interactieve diensten van de Vlaamse over-

heid zich vaak uitsluitend gericht op het gebruik van internet als medium. Daarbij werd er onvoldoende aandacht besteed dat niet alle burgers vlot kunnen werken met internettoepassingen. Het Contactpunt Vlaamse Infolijn heeft met haar multikanaalloket 1700 - het uitgelezen instrument om de digitale kloof met betrekking tot overheidsinformatie op te vangen. Het multikanaalloket wordt enerzijds ingezet om de verschillende diensten te sensibiliseren om de nodige aandacht te (blijven) schenken aan de burgers die minder vaardig zijn met computertoepassingen en anderzijds om de overheidsinformatie blijvend bereikbaar te houden, zowel voor de niet-internetgebruiker als voor de niet-bekwame internetgebruiker.

De drempel laag houden betekent ook dat de overheid aandacht heeft voor duidelijke en begrijpelijke taal en die taal waar nodig aanpast aan de doelgroep.

7.3.6 Duurzame communicatie

Duurzame communicatie betekent dat de overheid kiest voor een langetermijnrelatie met haar burgers en structurele communicatie-initiatieven neemt die zorgvuldig gepland en waar nodig herhaald worden. Maar duurzame communicatie betekent ook dat de overheid bij de keuze van kanalen bewust het meest milieuvriendelijk alternatief kiest en aandacht heeft voor sociale duurzaamheid.

7.3.7 Een steeds professionelere overheidscommunicatie

Een voorwaarde voor efficiënte en effectieve communicatie is een professionele organisatie. Cruciaal bij de uitvoering van de bovenstaande doelstellingen zijn externe en interne samenwerking, een professioneel imago- en reputatiemanagement, structurele aandacht voor meten en evalueren en aandacht voor communicatie bij het begin van elk beleidsproces.

Externe samenwerking, externe partnerships

De Vlaamse overheid moet bij haar communicatie samenwerken met alle partners die kunnen bijdragen tot de realisatie van haar doelstellingen.

Het middenveld is al jaren een partner voor de overheidscommunicatie. Ook de volgende jaren moet de Vlaamse overheid samenwerken met de middenveldorganisaties en intermediairen om haar doelgroepen beter te bereiken. De keuze voor samenwerking met sleutelfiguren uit het middenveld zal per project bepaald worden op basis van de specifieke communicatiedoelstellingen en met aandacht voor een aantoonbare toegevoegde waarde voor alle partijen (overheid, intermediair en burger).

Ook met de media moet gezocht worden naar de meest efficiënte en effectieve samenwerkingsvormen. De overheid moet met haar mediapartners nieuwe paden durven bewandelen en zoeken naar win-winsituaties om de communicatiedoelstellingen van specifieke projecten te realiseren.

De Vlaamse overheidscommunicatie haalt ook voordeel uit meer samenwerking met externe experts, zowel communicatie-experts als experts op het vlak van sociale media, ICT. Dat kan in informele en formele samenwerkingsverbanden. Informeel moet de Vlaamse overheid externe experts durven te betrekken bij communities die rond specifieke projecten denkwerk verrichten. De externe experts moeten uitgedaagd worden om de interne expertise via die communities mee te versterken en om als gelijkwaardige partners kennis te delen. Experts kunnen ook geïnteresseerde burgers zijn met een grote ervaring of passie. Ook de communicatiespecialisten van andere overheden (lokale, federale, Europese en buitenlandse collega's) zijn

voor de Vlaamse overheid een belangrijke partner. Zowel voor de realisatie van specifieke communicatiedoelstellingen als voor kennisdeling, benchmarken, enzovoort.

Daarnaast moet de afdeling Communicatie (DAR) onderzoeken hoe voor overheidscommunicatie maximaal gebruikgemaakt kan worden van raamcontracten voor om externe expertise flexibel in te schakelen. Die raamcontracten moeten gebruikt worden op de terreinen waar de interne expertise het vaakst tekortschiet of waar de efficiëntiewinst het grootst is. Zo zou het werken met raamcontracten voor webcommunicatie een belangrijke meerwaarde kunnen hebben. Intern ontbreekt vaak de expertise om (kosten)efficiënte, gebruiksvriendelijke, toegankelijke, herkenbare sites te bouwen. Communicatieonderzoek is een ander terrein waar externe partners de interne expertise (onder meer bij Bestuurszaken en de Studiedienst van de Vlaamse Regering) kunnen aanvullen. Web en onderzoek zijn maar twee mogelijkheden. Raamcontracten zijn ook denkbaar voor strategisch communicatieadvies, mediaplanning, public relations, copywriting, creatie, enzovoort.

Interne samenwerking

Een betere interne samenwerking moet bijdragen tot een betere en efficiënte overheidscommunicatie.

In de periode na BBB waren de meeste entiteiten vooral bezig met het uitbouwen en vormgeven van hun eigen organisatie en communicatie. Nu is de tijd rijp om de horizontale, organisatiebrede lijnen te versterken. Die trend is al ingezet. Het besef groeit dat er geen tegenspraak hoeft te zijn tussen de autonomie en slagkracht van de eigen entiteit enerzijds en samenwerking en gemeenschappelijke beleidslijnen anderzijds. Integendeel, ze versterken elkaar als ze de kans krijgen om samen te groeien.

Een formeel communicatieoverleg van communicatieambtenaren uit de dertien beleidsdomeinen bestaat al, en blijft nodig. Daarnaast – maar niet los ervan moeten de communicatieverantwoordelijken de ruimte krijgen om informele netwerken uit te bouwen met hun collega's en waar nodig met externe experts (cf. supra). Communicatie is een specialisme, een vak, een expertise. En als we een innovatieve overheidscommunicatie willen, moet die expertise voortdurend gevoed worden. Binnen hun takenpakket moeten de communicatieverantwoordelijken tijd kunnen maken voor kennis- en ervaringsuitwisseling, vorming, en gezamenlijke (doelgerichte!) experimenten via communities (al dan niet online) die groeien op basis van de passies en interesses van mensen. Ze moeten wel werken binnen een afgesproken, gemeenschappelijk referentiekader, zodat iedereen hetzelfde verstaat onder dezelfde begrippen. Hun werk is ook niet vrijblijvend: het moet resultaatgericht zijn, met een concreet doel voor ogen.

Ook op dat vlak moeten de Diensten voor het Algemeen Regeringsbeleid (DAR) een stimulerende rol spelen. De communicatieadviseurs van DAR moeten zich bovendien blijvend specialiseren in de aspecten van het communicatievak, zodat de Vlaamse overheid als geheel de vinger aan de pols kan houden.

Communicatieverantwoordelijken uit verschillende beleidsdomeinen moeten veel vaker de krachten bundelen en samen communiceren over een bepaald onderwerp. Wie streeft naar succesvolle contacten met de burger, kan niet anders dan over de muur kijken naar zijn naaste burens. De burger heeft geen behoefte aan versnipperde informatie en halve oplossingen, maar verlangt duurzame geïntegreerde communicatie. Communicatieverantwoordelijken moeten alert zijn en van in het begin uitkijken naar mogelijke samenwerking. Dat is overigens niet alleen de taak van communicatieverantwoordelijken, maar ook van elke individuele ambtenaar.

Interne samenwerking betekent dat er in elk dienstverlenings-, beleids- of regelgevingsproces een goede samenwerking moet zijn tussen wie inhoudelijk verantwoordelijk is en wie verantwoordelijk is voor de communicatie. Communicatie mag niet op het einde van het proces komen, maar moet van meet af aan in rekening worden gebracht. Dat veronderstelt wederzijds vertrouwen in elkaars deskundigheid.

Een professioneel reputatiemanagement

Vlaanderen en de Vlaamse overheid hebben nood aan een structureel beleid rond reputatie en beeldvorming.

Uitgangspunten

- Een sterke reputatie als middel, niet als doel.

Meer naamsbekendheid voor Vlaanderen, een positiever beeld in het buitenland over de Vlamingen of een grotere zichtbaarheid van de Vlaamse overheid in al haar diensten zijn geen doel op zich. Centraal staan de bevoegdheden en de beleidsdoelstellingen van de Vlaamse overheid op lange termijn (zoals geformuleerd in ViA en Pact 2020), waarbij beeldvorming en reputatiemanagement een middel zijn om die doelstellingen te helpen realiseren. Die functionele benadering betekent enerzijds dat de inhoudelijke koers van de communicatie in het verlengde ligt van de beleidsaccenten, en anderzijds dat de communicatie gericht wordt ingezet, steeds met het oog op de te bereiken doelstellingen en doelgroepen.

- Een constructief en duurzaam verhaal.

Reputatiemanagement vertrekt vanuit een constructief, duurzaam verhaal (een Sustainable Corporate Story) dat aansluit bij de belangstelling en behoefte van de ontvanger. Het is weinig zinvol snel een kortetermijncampagne of een nieuw logo te lanceren. Het project is alleen zinvol als het stevig onderbouwd is en een breed draagvlak heeft. Bovendien laat een dergelijke duurzame koers toe om kleinere ad-hocincidenten of negatieve topics te neutraliseren of in een juister perspectief te plaatsen. Reputatiemanagement is ingebed in het ruimere geheel van overheidscommunicatie en bouwt verder op een solide basis van informatie en dialoog. Het langetermijnverhaal is onderscheidend, appellerend aan de internationale doelgroepen, enthousiasmerend voor de eigen overheid en haar medewerkers, het middenveld en de burgers.

- Vlaanderen of Vlaamse overheid?

Het project vertrekt vanuit het internationale profiel van Vlaanderen als regio. De waarden en kernelementen in de Sustainable Corporate Story van Vlaanderen moeten ook de beeldvorming van de Vlaamse overheid bepalen. De Vlaamse overheid belichaamt de waarden waarmee de Vlaamse regio zich profileert. Als de Vlaamse deelstaat claimt een innovatieve, duurzame en sociale regio te zijn met een slagkrachtige overheid, moeten die waarden ook de rode draad vormen in het beleid, de dagelijkse werking en de communicatie (zowel inhoudelijk als vormelijk) van de diverse geledingen van de Vlaamse overheid. De bovenvermelde uitgangspunten gelden ook voor dat afgeleide verhaal.

- Wisselwerking met andere merken.

Cruciaal is dat de aanpak niet vertrekt vanuit een competitief model. Als dat mogelijk, nuttig en wenselijk is, wordt gestreefd naar een samenwerking met lokale, provinciale, federale of Europese partners zodat sterke merkelementen elkaar kunnen versterken. De keuze voor bepaalde merknamen en symbolen wordt in eerste instantie bepaald op basis van de beoogde doelstellingen.

Ook binnen de Vlaamse overheid staat een functionele samenwerking centraal. De kernelementen uit de Sustainable Corporate Story zijn terug te vinden in de dagelijkse werking en de communicatie van al haar geledingen (regering, departementen, agentschappen). De functionele samenwerking wordt alleen expliciet vertaald in de diverse communicatiedragers als dat nuttig en nodig is, bijvoorbeeld als de Vlaamse overheid de burgers en het middenveld wil informeren over en betrekken bij het (langetermijn)beleid.

Aanpak

- SWOT-analyse beeldvorming Vlaanderen

De beeldvorming verstrekt vanuit een onderbouwd en gevalideerd langetermijnverhaal. De afdeling Communicatie (DAR) zal daarvoor het nodige voorbereidende werk leveren. Dat gebeurt in nauwe samenwerking met het Departement internationaal Vlaanderen (iV) en de agentschappen binnen dat beleidsdomein, en in voortdurend overleg met de relevante partners in de andere beleidsdomeinen. Op basis van de diverse beleidsdocumenten, vergelijkbare gegevens bij andere regio's, kwalitatieve analyses bij belanghebbenden en kwantitatieve metingen bij de prioritaire (internationale) doelgroepen wordt de Sustainable Corporate Story uitgewerkt en wordt in kaart gebracht in welke mate het huidige profiel van Vlaanderen aansluit bij dat ideaalbeeld. Dat gebeurt in samenwerking met de Studiedienst van de Vlaamse Regering (SVR).

- Gericht reputatiemanagement

De analyses leiden tot een aantal concrete communicatielijnen om het gewenste imago te ondersteunen. Naargelang van de vastgestelde hiaten en opportuniteiten kan de communicatie zich richten tot specifieke doelgroepen, zoals buitenlandse investeerders, toeristen, onderzoekers en studenten, opinieleiders in en rond Brussel, Vlaamse expats, internationale politieke niveaus, bepaalde media of tot specifieke geografische regio's. Daarnaast moeten de partners uit het bedrijfsleven, het middenveld en de Vlaamse burgers doordrongen raken van de Sustainable Corporate Story van Vlaanderen en hun rol opnemen.

De kernwaarden uit het verhaal van Vlaanderen als regio bepalen vervolgens de communicatielijn voor de Vlaamse overheid. De afdeling Communicatie (DAR) moet die communicatielijn in overleg met alle beleidsdomeinen uitwerken en afspraken maken over het gebruik in de overheidscommunicatie. Als de afspraken vastliggen, zal de afdeling Communicatie (DAR), samen met de communicatieambtenaren van de Vlaamse overheid, het verhaal en de communicatielijn bewaken advies verlenen over mogelijke reputatieschade door overheidsacties, en de beleidsvoerders wijzen op kansen en opportuniteiten.

- Proactief issue management

De afdeling Communicatie (DAR) zal ook een aantal kortetermijnprojecten coördineren die een impact op de reputatie van Vlaanderen en de Vlaamse overheid kunnen hebben. Enerzijds moeten we inspelen op een aantal (al geplande) externe projecten waarbij Vlaanderen zich positief kan positioneren bij prioritaire doelgroepen of rond relevante thema's: het Belgische EU-voorzitterschap in 2010 (zie verder), de Wereldtentoonstelling in Shanghai, de herdenking '100 jaar Eerste Wereldoorlog', enzovoort. Ook een strategie om met voldoende regelmaat de vorderingen in de ViA-doorbraken gericht te communiceren aan het middenveld en de burgers, sluit daarbij aan (zie punt 1 van deze beleidsnota).

In 'Flanders today' - uitgegeven in opdracht van het departement Internationaal Vlaanderen - krijgen expats en buitenlandse gasten wekelijks een genuanceerd beeld van de politieke, sociaal-economische, wetenschappelijke en culturele rijkdom van Vlaanderen.

Anderzijds wordt werk gemaakt van een gecoördineerde, proactieve aanpak van mogelijk negatieve issues. Dat zijn onderwerpen met betrekking tot Vlaanderen of Vlaams beleid waarbij een gecoördineerde communicatie en een coherent woordvoerderschap kunnen leiden tot een beter begrip bij de relevante doelgroepen en een beperkte(re) impact op het imago van Vlaanderen. De afdeling Communicatie (DAR) werkt voor die onderwerpen samen met alle betrokkenen bij kabinetten en bij de administratie een communicatiedraaiboek uit, en verzorgt een gestructureerde monitoring van lopende en nieuwe issues.

Structurele aandacht voor meten en evalueren

De Vlaamse overheid moet haar communicatie voortdurend evalueren. Het meten van de efficiëntie en de effectiviteit van communicatie-inspanningen maakt integraal deel uit van elk communicatieproject.

Door middel van onderzoek krijgt de Vlaamse overheid informatie over de efficiëntie en effectiviteit van de communicatieactie en op basis daarvan kan ze gerichte verbeteracties opzetten. Onderzoek moet het ook mogelijk maken om bepaalde strategische of creatieve keuzes te maken.

De overheidscommunicatie moet daarnaast gebruikmaken van een actuele set van indicatoren op basis waarvan het effect van de communicatie-inspanningen regelmatig gerapporteerd kan worden en op basis waarvan het succes van contacten gemeten kan worden, eventueel met een communicatiebarometer. De afdeling Communicatie (DAR) werkt daarvoor samen met de Studiedienst van de Vlaamse Regering (SVR) en de collega's van Bestuurszaken (BZ), en ook de expertise van het Steunpunt Bestuurlijke Organisatie Vlaanderen (SBOV) wordt ingeschakeld.

Communicatie bij het begin van elk beleidsproces

Communicatie heeft een strategische functie in het beleidsproces. Bij het nemen van beleidsbeslissingen kan het best in de vroegst mogelijke fase aan communicatie worden gedacht. Op die manier worden beleidsmakers (en -voorbereiders) zich bewust van de mogelijkheden die er zijn om de burger te betrekken bij het beleidsproces of van de mogelijke gevolgen van hun beslissing voor de communicatie. Communicatieverantwoordelijken worden dus van in het begin bij het proces betrokken.

7.4 Rolverdeling in de Vlaamse overheidscommunicatie

De actiepunten uit deze beleidsnota worden niet alleen verwezenlijkt door de communicatieprofessionals bij de afdeling Communicatie en de medewerkers van het Contactpunt Vlaamse Infolijn (DAR), maar ook door de communicatieambtenaren en -verantwoordelijken in de dertien beleidsdomeinen, de perswoordvoerders en de ministeriële woordvoerders, en niet het minst door elke individuele medewerker van de Vlaamse overheid.

7.4.1 Afdeling Communicatie (DAR)

De afdeling Communicatie (DAR) bereidt het algemene communicatiebeleid voor en ondersteunt alle hoofdrolspelers in de Vlaamse overheidscommunicatie. Dat doet ze onder meer door expertise aan te bieden, vorming en overleg te organiseren en organisatiebrede interne en externe communicatiekanalen uit te bouwen.

De afdeling Communicatie (DAR) heeft als opdracht om tijdens deze legislatuur:

- door expertise te verwerven en te delen de communicatieverantwoordelijken in de beleidsdomeinen te helpen om verder inzicht te verwerven in hun doelgroepen en in de ontwikkelingen op het vlak van media- en informatiegebruik bij die doelgroepen;
- projecten op te starten voor directe interactie met de burger om de betrokkenheid van burgers in elke beleidsfase te verhogen. In die projecten moet bewust, actief en veelvuldig gebruikgemaakt worden van nieuwe en sociale media en moeten 'klassieke' media innovatief ingezet worden;
- te onderzoeken hoe de Vlaamse overheid voor haar communicatie maximaal gebruik kan maken van raamcontracten om flexibel externe expertise in te schakelen. Het gebruik van raamcontracten (bruikbaar voor alle entiteiten) moet ook leiden tot een aanzienlijke efficiëntiewinst bij de verschillende communicatiediensten binnen de Vlaamse overheid;
- naast het formele communicatieoverleg binnen SOBO ook informeel overleg te stimuleren en bijvoorbeeld de oprichting van communities (al dan niet online) mogelijk te maken om kennis te delen en samenwerk te maken van innovatieve overheidscommunicatie. Die informele samenwerkingsverbanden zijn niet vrijblijvend, maar resultaat- en doelgericht;
- alle nodige initiatieven te nemen om te komen tot een gestructureerde, professionele en breed gedragen aanpak van de beeldvorming van Vlaanderen en de Vlaamse overheid;
- instrumenten te ontwikkelen op basis waarvan het effect van de communicatie-inspanningen regelmatig gerapporteerd kan worden en waarmee het succes van de contacten tussen burger en overheid in kaart gebracht wordt. Een van die instrumenten is een actuele set van indicatoren.

7.4.2 Afdeling Contactpunt Vlaamse Infolijn (DAR) – overheidsinformatie op maat

Uit het meest recente klantenonderzoek blijkt dat meer dan 90% van zowel de gebruikers als de niet-gebruikers van 1700 dit centrale aanspreekpunt van de Vlaamse overheid nuttig vinden. 91% van de gebruikers is bovendien tevreden over de dienstverlening van 1700; bijna 60% blijkt zelfs uitgesproken tevreden. Vooral de aspecten betrouwbaarheid en toegankelijkheid scoren zeer goed.

Om een open en nog meer efficiënte en effectieve overheid te realiseren, moeten we daarom blijven investeren in de verdere uitbouw van 1700. Alle Vlamingen moeten er via verschillende kanalen gratis terecht blijven kunnen met hun vragen voor de overheid.

ICT en internet creëren steeds meer mogelijkheden voor een betere dienstverlening aan de burger, maar ze houden ook gevaren in voor uitsluiting van kwetsbare doelgroepen. Uit hetzelfde klantenonderzoek blijkt dat de laagste sociale klassen veel minder vaak contact opnemen met 1700 via de portaal-site www.vlaanderen.be (6% tegenover 16% van het totale aantal gebruikers). Ook de internetpenetratie in het algemeen ligt bij die doelgroep het laagst.

Het is belangrijk dat het Contactpunt Vlaamse Infolijn de komende vijf jaren zijn opdracht als "klantendienst" van de Vlaamse overheid kan blijven voortzetten en bovendien werk kan maken van de volgende twee speerpunten:

- de drempel om contact op te nemen met de overheid laag te houden en te werken aan het opvangen van de digitale kloof;
- overheidsinformatie open te stellen voor andere besturen en samen te werken aan een geïntegreerd informatiebestand voor de overheid.

De drempel laag houden

Op dit moment heeft maar 69% van de Vlamingen gemakkelijk toegang tot internet. Een klein gezinsinkomen, een laag opleidingsniveau en een hoge leeftijd gaan vaak samen met weinig of geen toegang tot ICT en internet. We kunnen dus spreken van een duidelijke digitale kloof in Vlaanderen.

De Vlaamse Regering is er zich van bewust dat niet iedereen toegang heeft tot het internet of vlot uit de voeten raakt met nieuwe digitale toepassingen. Ze heeft in haar regeerakkoord dan ook een aantal actiepunten opgenomen om de digitale kloof te dichten.

Met het multikanaal loket 1700, dat wordt uitgebaat door het Contactpunt Vlaamse Infolijn, beschikt de Vlaamse overheid over een uniek instrument om klantgerichte, correcte, en actuele informatie te verstrekken aan al haar klanten. 1700 is dan ook het uitgelezen instrument om de digitale kloof met betrekking tot overheidsinformatie op te vangen. Het zal worden ingezet om enerzijds de overheidsinformatie blijvend bereikbaar te houden voor zowel de niet-internetgebruiker als de niet-geofende internetgebruiker, en om anderzijds de verschillende overheidsdiensten te sensibiliseren zodat ze de nodige aandacht (blijven) schenken aan de burgers die minder vaardig zijn met computertoepassingen of helemaal geen toegang hebben tot het internet.

De afdeling Contactpunt Vlaamse Infolijn zal jaarlijks een overzicht leveren, van de onderstaande aspecten, en de ontwikkeling ervan:

- het aantal producten en diensten die alleen online toegankelijk zijn en waar geen alternatief kanaal voor bestaat;
- het aantal onlineproducten en diensten die moeilijk(er) toegankelijk zijn voor de weinig geofende internetgebruiker.

Dat ligt in de lijn van de doelstelling van de afdeling om constant te waken over de gebruiksvriendelijkheid en toegankelijkheid van de informatie van de overheid en haar communicatiekanalen.

Klantgerichte en geïntegreerde dienstverlening, over de bestuursniveaus heen

Burgers, bedrijven en organisaties - de 'klanten' van de overheid - stellen steeds hogere eisen aan de dienstverlening van hun overheid. Zij willen bij elke overheid kunnen aankloppen en snel en in een begrijpbare taal geïnformeerd worden over de diensten en producten die ze nodig hebben. Het overheidslandschap wordt echter ook steeds complexer. Overheidsinformatie is op dit moment verspreid over de verschillende bestuursniveaus.

Een klantgerichte overheid zorgt dan ook voor een beleidsdomein- en bestuurslaagoverschrijdende aanpak van haar beleidsthema's. Overheidsinformatie moet thematisch en geïntegreerd worden aangeboden, en moet met andere besturen uitwisselbaar zijn. Een technisch uitwisselingsplatform moet ervoor zorgen dat de informatie over een product of een dienstverlening maar door één overheidsdienst wordt ingegeven en onderhouden. Andere bestuursniveaus kunnen die informatie hergebruiken en verrijken met eigen specifieke informatie. Elke overheid is binnen haar bevoegdheid verantwoordelijk voor haar bijdrage aan de producten of diensten waar de overheidsklant naar vraagt.

Burgers, bedrijven en organisaties krijgen zo toegang tot duidelijke, geïntegreerde informatie en krijgen, bij welke overheid ze ook aankloppen, hetzelfde volledige, correcte en actuele antwoord. Ook de overheid wint daarbij. Door eenmalig redactiewerk en het gebruik van meerdere kanalen draagt een dergelijke samenwerking immers bij tot een efficiëntere en effectievere overheid.

Om dat te realiseren is een nauwe samenwerking tussen de verschillende entiteiten binnen de Vlaamse overheid onontbeerlijk, en is nauw overleg nodig met alle betrokken partijen (lokale besturen en andere bestuursniveaus).

De afdeling Contactpunt Vlaamse Infolijn heeft in het verleden aangetoond het meest aangegeven instrument te zijn om op basis van samenwerking met de verschillende entiteiten van de Vlaamse overheid en met andere bestuursniveaus overheidsinformatie te ontsluiten. Het Contactpunt Vlaamse Infolijn zal verder ingeschakeld worden als coördinator op inhoudelijk vlak om de bestaande initiatieven van thematische informatiebestanden beter te integreren en te ontsluiten.

Zo heeft het Contactpunt Vlaamse Infolijn de voorbije jaren in overleg met de federale overheid en de andere gemeenschappen en gewesten al het sjabloon vastgelegd voor het ontsluiten van overheidsinformatie in het kader van artikel 7 van de Europese Dienstenrichtlijn.¹⁸ Het Contactpunt Vlaamse Infolijn trad in dat overleg op als vertegenwoordiger van de Vlaamse overheid. Samen met het Agentschap Economie verzamelt het Contactpunt Vlaamse Infolijn momenteel alle Vlaamse producten die onder de EDRL-richtlijn vallen en voert die in in een database die door de verschillende bestuursniveaus wordt gedeeld.

In het kader van de uitvoering van het decreet Openbaarheid van Bestuur gaat het Contactpunt Vlaamse Infolijn met het uitbouwen van een productencatalogus bovendien nog een stap verder. Het Contactpunt Vlaamse Infolijn en de lokale overheden willen met die catalogus alle relevante overheidsinformatie over de bestuursniveaus heen actief openbaar maken, dus ook overheidsinformatie over diensten en producten die niet onder de EDRL-richtlijn vallen.

Het Contactpunt Vlaamse Infolijn is voor die interbestuurlijke projecten belast met de coördinatie, de verdere uitbouw en het actueel houden van het informatieaanbod van de Vlaamse overheid, in nauw overleg met de andere bestuursniveaus.

Het Contactpunt Vlaamse Infolijn zal zo het aanspreekpunt zijn en blijven voor de uitwisseling van informatie met andere bestuursniveaus. Het ligt in de lijn van de doelstellingen van die afdeling om de verschillende entiteiten van de Vlaamse overheid efficiënt te ondersteunen bij hun voorlichtingsfunctie en klantencontacten, en samen te werken met de verschillende beleidsdomeinen en andere overheidsniveaus.

Het Contactpunt Vlaamse Infolijn zal de komende vijf jaar de informatie uit haar kennissysteem trapsgewijs openstellen naar andere diensten binnen de Vlaamse overheid, de lokale besturen en uiteindelijk de hele bevolking.

Jaarlijks zal het Contactpunt Vlaamse Infolijn de voortgang rapporteren aan de hand van:

- het percentage beschikbare antwoordscripts in het kennissysteem dat aangeboden wordt op de portaalsite Vlaanderen.be;
- het aantal gestructureerde productfiches beschikbaar in het kennissysteem;
- het percentage productfiches, verrijkt met informatie van andere bestuursniveaus.

¹⁸ Richtlijn 2006/123/EG van het Europees Parlement en de Raad van 12 december 2006 betreffende diensten op de interne markt

7.4.3 De communicatiemedewerkers in de beleidsdomeinen

Elk ministerie, elke IVA met rechtspersoonlijkheid en elke EVA heeft een communicatieambtenaar die belast is met de voorbereiding en de realisatie van het communicatiebeleid. De IVA's zonder rechtspersoonlijkheid zijn vrij om een eigen communicatieambtenaar aan te wijzen. De meeste IVA's hebben dat ook gedaan. De communicatieambtenaren stimuleren, coördineren en begeleiden de communicatie van hun entiteit. Binnen de verschillende entiteiten zijn er daarnaast ook nog communicatieverantwoordelijken die bijvoorbeeld binnen een ministerie voor een specifieke materie de communicatie verzorgen.

De departementen en agentschappen van de Vlaamse overheid zijn dus in de eerste plaats zelf verantwoordelijk voor het communicatiebeleid binnen hun beleidsdomein en -veld. Alle ministers en de communicatiemedewerkers in hun beleidsdomeinen worden dan ook opgeroepen om mee te werken aan de realisatie van het Vlaamse beleid met betrekking tot overheidscommunicatie en actief een rol op te nemen in projecten om de kwaliteit van de contacten tussen burger en overheid te verbeteren.

7.4.4 Wordvoerders

De Vlaamse overheid organiseert haar contacten met de media op een professionele manier. In vrijwel alle departementen, agentschappen en instellingen van de Vlaamse overheid zijn er daarom perswoordvoerders aangesteld. Zij bouwen, in samenspraak met de bevoegde minister en in overleg met hun management, een actief en reactief persbeleid uit. Daarnaast heeft elke minister ook een eigen (ministeriële) woordvoerder.

Om het persbeleid maximaal te coördineren neemt de Vlaamse Regering het initiatief om een regelmatig overleg te organiseren tussen de ministeriële woordvoerders en wordt aan de ministers gevraagd om elk voor hun beleidsdomein(en) structureel overleg te organiseren tussen hun ministeriële woordvoerders, de perswoordvoerders en communicatieverantwoordelijken van de administratie. Op die manier kunnen de woordvoerders op politiek en ambtelijk niveau elkaar systematisch op de hoogte houden van initiatieven.

7.4.5 De medewerker van de Vlaamse overheid

Aan elke individuele medewerker van de Vlaamse overheid wordt gevraagd om mee te werken aan succesvolle contacten met de burgers. Dat kan onder meer door zowel mondeling als schriftelijk een duidelijke en begrijpelijke taal te gebruiken en door die taal als dat nodig is, aan te passen aan de doelgroep (bijvoorbeeld om toeristen of buitenlandse investeerders aan te trekken of anderstaligen wegwijs te maken in de overheid). Functioneel taalgebruik verlaagt ook de drempel van de overheid.

De medewerker moet zowel in de fase van de beleidsvoorbereiding als bij de beleidsuitvoering luisteren naar de burgers en participatie mogelijk maken. Ook moet hij alert zijn om overheidsinformatie bereikbaar te houden voor de niet-internetgebruiker en de niet-geoefende internetgebruiker.

De medewerkers van de Vlaamse overheid moeten openstaan voor zowel interne samenwerking als samenwerking met externe partners. Gemotiveerde, gedreven en betrokken medewerkers die de burgers centraal plaatsen in hun dagelijkse werking, vormen meteen de beste ambassadeurs voor de Vlaamse overheid en Vlaanderen. Om die rol op te nemen moeten de Vlaamse overheidsdiensten ook aandacht blijven besteden aan een professionele interne communicatie.

7.5 Communicatie rond het EU-voorzitterschap

In de communicatie rond het Belgische EU-voorzitterschap wordt de visie op overheidscommunicatie toegepast, en in concrete doelstellingen en een gerichte aanpak per doelgroep vertaald.

7.5.1 Centrale doelstellingen

Er zijn twee centrale doelstellingen:

De allereerste doelstelling is de nodige communicatie en informatie verzorgen voor de omkadering van het Europese voorzitterschap voor specifieke doelgroepen zoals de personen die direct betrokken zijn bij evenementen rond het voorzitterschap en de pers. Een tweede centrale doelstelling voor alle Belgische bestuursniveaus bestaat erin Europa en het Europese project tastbaar maken voor de burger. Veel burgers hebben het gevoel dat Europa en de Europese verwezenlijkingen boven hun hoofd tot stand komen. De communicatie-initiatieven die zich richten op alle burgers, moeten zo laagdrempelig mogelijk zijn.

7.5.2 Doelstellingen rond Vlaamse communicatie

De centrale doelstellingen vormen de basis voor het uittekenen van de Vlaamse communicatieaanpak en bepalen de drie concrete Vlaamse communicatiedoelstellingen, die elkaar aanvullen en ondersteunen:

- Tijdens het EU-voorzitterschap wil Vlaanderen een modern, dynamisch, tolerant en duurzaam imago creëren in binnen- en buitenland, dat ook na het EU-voorzitterschap blijft leven.
- Tijdens het EU-voorzitterschap wil Vlaanderen op een interactieve en duurzame manier de Vlaamse en Europese burger bewust maken van de rol van Europa, de belangrijke rol van Vlaanderen in het voorzitterschap en de bevoegdheden met betrekking tot het buitenlands beleid van de Vlaamse overheid door correcte en duidelijke informatie over Europa en het voorzitterschap aan te bieden.
- Tijdens het EU-voorzitterschap wil Vlaanderen op een interactieve en duurzame manier ervoor zorgen dat de Vlaamse en Europese burger zich betrokken voelt bij het Europese project.

7.5.3 Doelgroepen

Voor de communicatie rond het EU-voorzitterschap onderscheiden we de volgende doelgroepen:

- de (internationale) deelnemers aan de vergaderingen en evenementen en de nationale en internationale pers. De nationale en internationale pers vormen een belangrijke doelgroep. Gezien hun invloed op de (internationale) beeldvorming van Vlaanderen is het cruciaal ook na het voorzitterschap met die doelgroepen te communiceren. De kanalen die naar aanleiding van het voorzitterschap worden ontwikkeld, moeten daarom duurzaam zijn zodat ze de permanente dialoog op lange termijn mogelijk maken.
- de Vlaamse ambtenaren. Zij moeten het kader van het Europese voorzitterschap kennen. Een deel van de ambtenaren is immers betrokken bij de voorbereidingen; de andere ambtenaren worden vooral als burger aangesproken.
- de (Vlaamse) burger. Het grootste deel van de bevolking heeft weinig tot geen idee waar Europa voor staat en interesseert zich er niet rechtstreeks voor. Ook het Vlaamse buitenlandbeleid is voor het gros van de burgers een ver-van-mijn-bedshow. Daarom wil Vlaanderen de interactiviteit voorop stellen: de burger kan meepraten, meedenken, meedoen. En de burger moet weten wat er met zijn inspanning gedaan wordt.

- buitenlandse doelgroepen. Het gaat hier om contacten uit het internationale bedrijfsleven, buitenlandse researchers, eurocraten en andere expats, diplomatieke contacten, enzovoort.

Bovenstaande beleidslijnen zullen in deze regeerperiode centraal staan in de opdrachten van het departement en de agentschappen binnen het beleidsdomein Diensten voor het Algemeen Regeringsbeleid (Agentschap Geografische Informatie Vlaanderen, Studiedienst Vlaamse Regering en Interne Audit van de Vlaamse Administratie).

Deze beleidslijnen vormen het kader waarbinnen het departement Diensten Algemeen Regeringsbeleid haar beleidsondersteunende en beleidsuitvoerende taken verder zal invullen. In dit takenpakket zit de operationele ondersteuning van de dagelijkse werking van de Vlaamse Regering en haar kabinetten door de afdeling Kanselarij (secretarie en protocol), naast de dienstverlening die aangeboden wordt inzake juridisch en logistiek advies, vertalingen, intern en extern taaladvies (via de Taaltelefoon). In het kader van een operationele ondersteuning van het algemeen communicatiebeleid van de Vlaamse regering zal ik verder initiatieven en evenementen ondersteunen die kaderen binnen de algemene werking van de Vlaamse regering en/of een bijdrage leveren aan de uitstraling van Vlaanderen. Tevens wordt de ondersteuning verder gezet voor gerichte communicatie-acties ten behoeve van specifieke doelgroepen (bv. personen met een leeshandicap, ...), alsook voor de uitbouw van de 'Kazerne Dossin' als memoriaal, museum en documentatiecentrum over Holocaust en mensenrechten.

Naast deze operationele taken zal het departement Diensten Algemeen Regeringsbeleid zich, doorheen bovenstaande beleidslijnen, verder profileren in haar rol om transversale, beleidsdomeinoverschrijdende afstemming en coördinatie te organiseren rond beleidsthema's die een inclusieve geïntegreerde aanpak vereisen of rond regeringsprojecten die naar burger en bedrijfsleven een gecoördineerde aanpak vereisen over de beleidsdomeinen heen. Hiermee kan het beleidsdomein Diensten Algemeen Regeringsbeleid een actieve rol spelen om binnen de Vlaamse administratie meer samenwerking en onderlinge afstemming tot stand te brengen.