Stuk **2138** (2008-2009) – Nr. 1

V L A A M S P A R L E M E N T

Zitting 2008-2009

4 maart 2009

VOORSTEL VAN DECREET

– van mevrouw Marleen Vanderpoorten –

houdende de goedkeuring van de herziene normen voor Vlaamse Overheidscommunicatie

DAMES EN HEREN,

TOELICHTING

1. Decretale bepalingen

De Expertencommissie voor Overheidscommunicatie vindt haar oorsprong in artikel 3, §1, van het decreet van 19 juli 2002 houdende controle op de communicatie van de Vlaamse overheid. Zij werd belast met het opstellen van normen die van toepassing zijn op de communicatie-initiatieven van de Vlaamse overheid. Artikel 3, §2, eerste alinea, bepaalt: "De Expertencommissie stelt normen op die van toepassing zijn op de communicatie-initiatieven van de Vlaamse overheid. Deze normen gaan uit van objectieve criteria voor de communicatie-initiatieven van de Vlaamse overheid."

Aan de hand van het normenkader brengt de Expertencommissie adviezen uit of behandelt ze klachten over de communicatie van de Vlaamse overheid, regeringsmededelingen en mededelingen van de voorzitter van het Vlaams Parlement.

Tijdens haar vergadering van 20 april 2006 bereikte de Expertencommissie voor Overheidscommunicatie een akkoord over het oorspronkelijke normenkader, dat vervolgens aan de toenmalige voorzitter van het Vlaams Parlement, de heer Norbert De Batselier werd overhandigd. Het oorspronkelijke normenkader werd goedgekeurd bij decreet van 7 juli 2006 houdende de goedkeuring van de normen voor Vlaamse Overheidscommunicatie en houdende wijziging van het decreet van 19 juli 2002 houdende de controle op de communicatie van de Vlaamse overheid (*Parl. St.* Vl. Parl. 2005-06, nr. 863/4).

Artikel 8, §3, van het decreet van 19 juli 2002 bepaalt dat de Expertencommissie voor Overheidscommunicatie jaarlijks voor 30 juni schriftelijk verslag uitbrengt bij het Vlaams Parlement over haar werkzaamheden. Dat verslag kan voorstellen ter aanvulling of bijsturing van de normen bevatten.

Tijdens de vergadering van 12 september 2007 beslist de Expertencommissie voor Overheidscommunicatie over te gaan tot een verfijning van haar normen. Ze heeft zich daarbij gebaseerd op (1) opmerkingen, vragen en suggesties van de afdeling Communicatie van de Diensten voor het Algemeen Regeringsbeleid en op (2) haar eigen adviezen. Voorts is beslist het herziene normenkader niet langer in te delen volgens zender en ontvanger, maar volgens de drie functionele communicatiegebieden: corporate communicatie, beleidscommunicatie en ten slotte dienstverlenende en administratieve communicatie.

De heer Frank Thevissen, commissievoorzitter heeft in een eerste fase alle commissieleden een eerste ontwerptekst bezorgd. Hij heeft vervolgens alle opmerkingen en tegenvoorstellen verwerkt in een tweede ontwerptekst die als basis werd gebruikt voor de besprekingen.

Na verschillende grondige commissiebesprekingen is de ontwerptekst verfijnd, verbreed en herschikt op basis van de concrete ervaringen met de toepassing van het normenkader op het terrein, de inbreng van de verschillende commissieleden en is rekening gehouden met de lacunes in het oorspronkelijke normenkader. Deze herwerkte en herziene tekst is vervolgens aan een grondige lezing onderworpen en voorgelegd aan de juridische dienst van het Vlaams Parlement.

Tijdens haar vergadering van 4 februari 2009 bereikte de Expertencommissie voor Overheidscommunicatie een akkoord over de herziene tekst over de normen voor de Vlaamse overheidscommunicatie.

2. Begrippenkader

a) Vlaamse overheid

Het begrip Vlaamse overheid verwijst naar:

– het Vlaams Parlement, de voorzitter van het Vlaams Parlement, de organen van en instellingen verbonden aan het Vlaams Parlement, zoals het Bureau, het Uitgebreid Bureau, de Vlaamse Ombudsdienst, het Kinderrechtencommissariaat, het Instituut Samenleving en Technologie en het Vlaams Instituut voor Vrede en Geweldpreventie;

– de Vlaamse Regering en haar ministers;

– de diensten, instellingen en rechtspersonen die afhangen van de Vlaamse Gemeenschap of het Vlaams Gewest;

– alle andere instanties binnen het Vlaamse Gewest en de Vlaamse Gemeenschap die aan de algemene verplichting inzake actieve openbaarheid van

bestuur onderworpen zijn op basis van een besluit van de Vlaamse Regering, genomen ter uitvoering van artikel 28, §1, tweede lid, van het decreet van 26 maart 2004 betreffende de openbaarheid van bestuur.

b) Vlaamse overheidscommunicatie

Met Vlaamse overheidscommunicatie wordt elke voor het publiek bestemde, van de Vlaamse overheid uitgaande mededeling, boodschap, voorlichtings- of sensibiliseringscampagne of elk ander communicatie-initiatief bedoeld, ongeacht de gebruikte kanalen of media. De Vlaamse overheidscommunicatie wordt onderverdeeld in beleidscommunicatie, corporate communicatie en administratieve en dienstverlenende communicatie.

c) Overheidscampagne

Het begrip overheidscampagne verwijst naar een in de tijd beperkte communicatieactie, waarbij geïntegreerde communicatiemedia en communicatiemiddelen worden ingezet als verlengstuk van het beleid, met als doel het beleid toe te lichten en/of te verklaren, of als beleidsinstrument, met als doel kennis, houding en/of gedrag te beïnvloeden.

d) Beleidscommunicatie

Beleidscommunicatie is communicatie over beleidsthema's in de verschillende beleidsfasen. Het volgende onderscheid kan worden gemaakt:

– communicatie in beleid: het na te streven beleidsideaal, namelijk dat de overheid haar beleid helder en duidelijk in teksten en regels vertaalt, in plaats van onduidelijk beleid achteraf te verhelderen en verduidelijken door middel van overheidscommunicatie. Toegegeven, het is niet eenvoudig om dat beleidsideaal te bereiken. Daarom is aanvullende overheidscommunicatie meestal onontbeerlijk (vóór beleid, over beleid en als beleid);

– communicatie vóór beleid: communicatie over beleidsintenties, communicatie over beleid in ontwikkeling;

– communicatie over beleid: communicatie over beslist beleid. Beslist beleid is beleid dat effectief door alle nodige beleidsniveaus is goedgekeurd. Het wordt beschouwd als beslist vanaf de datum waarop de laatste nodige goedkeuring is gegeven;

– communicatie als beleid: overheidscommunicatie als instrument van het beleid, om beleidsdoelstellingen te realiseren met overheidscampagnes en informatieverspreiding.

e) Campagneplanfiche

Een campagneplanfiche is een gestandaardiseerde, webgebaseerde fiche waarop de kerngegevens van elke overheidscampagne worden genoteerd. Daarmee worden de gegevens over campagnes van de Vlaamse overheid gearchiveerd en gecentraliseerd, en wordt het mogelijk het beleid inzake overheidscampagnes te kwantificeren, te evalueren, uit te stippelen, te controleren en bij te sturen. De campagnefiches worden beheerd door de Diensten voor het Algemeen Regeringsbeleid.

f) Mediaplan

Een mediaplan is het resultaat van mediaplanning en vormt een essentieel onderdeel van het communicatieplan van een campagne. Het omvat een combinatie van geïntegreerde media en middelen die bijdragen tot een optimale en efficiënte realisatie van de communicatiedoelstellingen tegen een zo gunstig mogelijke prijs per nuttig contact.

g) Communicatieplan

Een communicatieplan is een document dat een gestructureerd en systematisch overzicht geeft van de verschillende acties van een communicatieproject. Het communicatieplan vertrekt steeds vanuit de probleemstelling, doelstelling en een (interne en externe) situatieanalyse. Het formuleert vervolgens de (meetbare) strategische beleidsdoelstellingen, de betrokken doelgroepen, de communicatiedoelstellingen, de communicatiestrategie met inbegrip van de tactische middelen, instrumenten en media, het budget en de timing van de actie. Ten slotte vermeldt het communicatieplan ook de onderzoeks- en evaluatieplanning van het communicatieproject.

h) Passieve en actieve openbaarheid van bestuur

Het recht op openbaarheid van bestuursdocumenten op verzoek van een persoon (passief) versus de plicht van de overheid om op eigen initiatief informatie te verspreiden (actief).

i) Corporate communicatie

Corporate communicatie is de overkoepelende strategische communicatiefunctie binnen de onderneming of instelling die bepaalt hoe een gewenst (sterk, helder en duidelijk) corporate imago kan worden gerealiseerd bij de verschillende relatiegroepen.

j) Interactieve communicatieplatformen

Interactieve communicatieplatformen zijn discussiefora, weblogs, chatboxes en dergelijke meer.

k) Elektronische berichten

Elektronische berichten zijn alle elektronische toepassingen, dat wil zeggen alle tekst-, spraak-, geluids- of beeldberichten die over een openbaar communicatienetwerk worden verzonden en in het netwerk of in de eindapparatuur van de ontvanger kunnen worden opgeslagen tot ze door de ontvanger kunnen worden opgehaald.

l) Begrippen die verband houden met het commerciële:

– informatieve relevantie en discretie: de vermelding van naam, functie, eventuele handtekening en/of beeltenis in overheidscommunicatie is 'informatief relevant' voor zover dat nodig is om de beleidsverantwoordelijke(n) te identificeren. De vermelding van een handtekening is bijvoorbeeld enkel relevant bij het signeren van een brief. 'Discreet' betekent dat deze elementen telkens nadrukkelijk ondergeschikt zijn aan de boodschap en aan de verplichte signatuur van de Vlaamse overheid, overeenkomstig de huisstijlregels. Dat betekent ook dat de identificatiegegevens slechts één keer in een uiting kunnen voorkomen. Identificatiegegevens van beleidsverantwoordelijke(n) kunnen slechts als 'informatief relevant' worden beschouwd in de context van beleidscommunicatie, niet in corporate communicatie of in administratieve en dienstverlenende communicatie;

– sluikreclame: tersluiks (ongeoorloofd) aangebrachte of ingevoegde reclame, zonder directe aanbeveling en derhalve een impliciete vorm van promotie;

– 'product placement': letterlijk gaat het om merkproducten die intentioneel worden 'geplaatst', bijvoorbeeld in televisieprogramma's of films, zodat die merkproducten zichtbaar en identificeerbaar zijn voor de kijker;

– publireportage: een publireportage is een door de adverteerder betaalde reportage in de media. In een publireportage worden bedrijven, merken, producten, diensten enzovoort voorgesteld aan een doelpubliek;

– publiekprivate samenwerking (pps): publiekprivate samenwerking is een koepelbegrip dat betrekking heeft op een bepaalde vorm van samenwerking tussen enerzijds de overheid en anderzijds de privésector. Beide partners, overheid en privé, worden gelijkwaardig betrokken in elke stap van het proces en delen evenwichtig de verantwoordelijkheid. Pps-projecten zijn volgens artikel 2, 1°, van het decreet van 18 juli 2003 betreffende publiek-private samenwerking, "projecten die door de publiek- en privaatrechtelijke partijen, gezamenlijk en in een samenwerkingsverband worden gerealiseerd om een meerwaarde voor die partijen tot stand te brengen". Vlaamse pps-projecten zijn "Vlaamse projecten inzake publiekprivate samenwerking" (*Parl. St.* Vl. Parl. 2002-03, nr. 1722/3).

Marleen VANDERPOORTEN

VOORSTEL VAN DECREET

Artikel 1

Dit decreet regelt een gemeenschaps- en gewestaangelegenheid.

Artikel 2

De normen voor de Vlaamse overheidscommunicatie, zoals bedoeld in artikel 3, §2, van het decreet van 19 juli 2002 houdende de controle op de communicatie van de Vlaamse overheid, herzien door de Expertencommissie voor Overheidscommunicatie op 4 februari 2009, worden goedgekeurd.

Marleen VANDERPOORTEN

BIJLAGE:

De normen voor de Vlaamse overheidscommunicatie,
bedoeld in artikel 3, §2, van het decreet van 19 juli 2002
houdende de controle op de communicatie van de Vlaamse overheid,
herzien door de Expertencommissie voor Overheidscommunicatie op 4 februari 2009

De normen voor de Vlaamse overheidscommunicatie, bedoeld in artikel 3, §2, van het decreet van 19 juli 2002 houdende de controle op de communicatie van de Vlaamse overheid, herzien door de Expertencommissie voor Overheidscommunicatie op 4 februari 2009

I. ALGEMEEN

1. De Vlaamse overheid communiceert helder in een bevattelijke taal.

1.1. De Vlaamse overheid communiceert in hedendaags Algemeen Nederlands.

1.2. Overheidscommunicatie wordt op maat geformuleerd zodat de doelgroepen de boodschap gemakkelijk en volledig kunnen begrijpen.

2. De Vlaamse overheidscommunicatie is correct.

2.1. De Vlaamse overheid verspreidt juiste en betrouwbare feitelijke informatie.

2.2. De Vlaamse overheid zet foute informatie onmiddellijk recht.

3. De Vlaamse overheid verstrekt de informatie systematisch en tijdig.

3.1. De Vlaamse overheid informeert de burger actief, op eigen initiatief, wanneer dat nodig of nuttig is.

3.2. De afweging van de dringendheid, de noodzaak of het nut van een communicatie-initiatief wordt door de overheid bepaald vanuit het standpunt van de doelgroep (de belanghebbenden) voor wie het initiatief bedoeld is.

4. De Vlaamse overheid communiceert politiek neutraal.

4.1. De Vlaamse overheid leent zich niet tot propaganda en ondersteuning van partijpolitieke of ideologische doeleinden.

4.2. In de redactionele context van personeelsbladen en nieuwsbrieven, die vallen onder de definitie van Vlaamse overheidscommunicatie, mogen naam, foto, titel en partij, van de voorzitter van het Vlaamse Parlement, de Vlaamse volksvertegenwoordigers en de leden van de Vlaamse Regering worden vermeld, weliswaar in de geest van 4.1. De vermelding is alleen te verantwoorden op basis van informatieve relevantie. De afweging daarvan wordt overgelaten aan de betrokken redactie.

5. De Vlaamse overheid communiceert commercieel neutraal.

5.1. De aanwezigheid van en de verwijzing naar bedrijfsnamen, merknamen, logo's (beeldmerken), diensten, producten of producttypes van ondernemingen in Vlaamse overheidscommunicatie zijn alleen toegestaan indien er geen sprake is van intentioneel gebruik met commerciële bedoelingen of pr-bedoelingen.

5.2. In de Vlaamse overheidscommunicatie is 'product placement' strikt verboden, net zoals elke vorm van sluikreclame.

5.3. De Vlaamse overheid is bevoegd en verantwoordelijk voor de verkoop aan derden van mediaruimte in haar eigen communicatiemedia. Dergelijke reclame is geen overheidscommunicatie tenzij de Vlaamse overheid op een of andere wijze bij de inhoud ervan betrokken is. Is dit laatste wel het geval, dan gelden de normen voor de Vlaamse overheidscommunicatie.

5.4. Publireportages van bedrijven of over merken zijn strikt verboden in het kader van Vlaamse overheidscommunicatie, in welke formule ook: al dan niet betaald, rechtstreeks of onrechtstreeks in ruil voor tegenprestaties of bij wijze van public relations.

5.5. Externe professionele communicatieadviesbureaus die in opdracht van de Vlaamse overheid overheidscommunicatie ontwikkelen, mogen hun naam discreet vermelden op alle uitingen, zoals gebruikelijk bij campagnes.

6. Communicatie die voortvloeit uit ongeacht welke publiekprivate samenwerking of uit samenwerking tussen de Vlaamse overheid en andere overheden moet steeds beantwoorden aan de normen voor overheidscommunicatie.

6.1. Bij een gezamenlijk communicatie-initiatief van de Vlaamse overheid met derden moeten de namen van de externe partners en de aard van de samenwerking uitdrukkelijk in de overheidscommunicatie worden vermeld (bijvoorbeeld: gesponsord door medium, bedrijf of organisatie x).

6.2. Bij een gezamenlijk communicatie-initiatief van de Vlaamse overheid met derden in de vorm van gehele of gedeeltelijke sponsoring mag naar deze derden ook worden verwezen met logovermelding onder de volgende voorwaarden:
- De logovermelding gebeurt discreet; dit betekent dat de vermelding qua omvang en plaats ondergeschikt moet zijn aan de verplichte signatuur van de Vlaamse overheid overeenkomstig de huisstijlregels.
- De signatuur van de betrokken Vlaamse overheid gaat altijd vooraf aan de vermelding van de namen en logo's van de sponsors.

6.3. De Vlaamse overheid aanvaardt geen aanbiedingen tot samenwerking vanwege derden, waarin derden een duidelijk aanwijsbaar eenzijdig of dominant belang hebben, ook niet wanneer deze gratis zijn of aan gunstige voorwaarden kunnen worden verkregen.

6.4. De inhoud van boodschappen die worden aangeleverd door derden via interactieve communicatieplatformen van de Vlaamse overheid, wordt niet als overheidscommunicatie beschouwd en is niet onderworpen aan het normenkader voor Vlaamse overheidscommunicatie.

7. Als de Vlaamse overheid met media samenwerkt zijn hier naast de betaalde mediaruimte, ook andere communicatieformules (zoals bijvoorbeeld publireportages en infomercials) toegestaan onder de volgende bijkomende voorwaarden:

7.1. Het initiatief gaat steeds uit van de Vlaamse overheid en is gericht op een duidelijk aanwijsbare communicatiedoelstelling van de Vlaamse overheid.

7.2. De Vlaamse overheid behoudt steeds de volledige zeggenschap over de inhoud van de boodschap.

7.3. De Vlaamse overheid is steeds duidelijk identificeerbaar.

8. In de redactionele context van personeelsbladen en nieuwsbrieven die vallen onder de definitie van Vlaamse overheidscommunicatie, mogen bedrijfsnamen, logo's (beeldmerken), merknamen, diensten, producten of producttypes worden vermeld, maar in de geest van norm 5.

8.1. Dit betekent dat vermeldingen van bedrijfsnamen, logo's (beeldmerken), merknamen, diensten, producten of producttypes die met een of meer bedrijven in verband kunnen worden gebracht, louter om informatieve redenen mogen voorkomen; de afweging van de informatieve relevantie wordt overgelaten aan de betrokken redactie.

8.2. De commerciële gegevens mogen niet met elkaar worden vergeleken, dat wil zeggen dat er geen oordelen of voorkeuren mogen worden uitgesproken.

8.3. De tekst mag niet uitsluitend of eenzijdig verwijzen naar één bedrijf, merk, dienst, product of producttype, tenzij het gaat om een unieke dienst, product of onderneming.

8.4. Kortingen of aanbiedingen van derden in publicaties van de Vlaamse overheid, gericht tot het eigen personeel, zijn geen overheidscommunicatie; voorwaarde is wel dat ze duidelijk als zodanig herkenbaar zijn en gescheiden worden van de redactionele inhoud met de vaste vermelding 'Kortingen of aanbiedingen van derden voor het personeel'.

9. De Vlaamse overheidscampagnes worden gecoördineerd op basis van webgebaseerde campagneplanfiches.

9.1. De campagneplanfiche wordt ingevuld bij elke campagne en vermeldt beknopt de kerngegevens van een campagne, met inbegrip van een raming van de kostprijs en de doelstelling(en).

9.2. Bij elke afzonderlijke campagne wordt de campagneplanfiche vóór de implementatie ingevuld door de initiatiefnemende entiteit van de Vlaamse overheid.

9.3. De afdeling Communicatie van de Diensten voor het Algemeen Regeringsbeleid archiveert de campagneplanfiches van de Vlaamse Regering, haar leden, en de diensten, instellingen en rechtspersonen die afhangen van de Vlaamse Gemeenschap of het Vlaamse Gewest op termijn in een gecentraliseerde, elektronische databank.

10. De Vlaamse overheid analyseert, plant, implementeert en evalueert haar communicatie volgens professionele criteria.

10.1. De overheid gaat na of communicatie het geschikte middel is om een bepaalde doelstelling te verwezenlijken of substantieel bij te dragen tot de verwezenlijking. Als dat zo is, ontwikkelt ze een duidelijke en expliciete communicatiestrategie.

10.2. De inzet van middelen moet in verhouding staan tot het beoogde resultaat.

10.3. De overheid stemt haar mediaplannen af op de doelgroep(en), de te verspreiden boodschap en de beoogde doelstelling(en).

10.4. De overheid zorgt voor aangepaste communicatiestrategieën inzake thema's die moeilijk te bereiken doelgroepen aanbelangen.

II. CORPORATE COMMUNICATIE

1. Alle Vlaamse overheidscommunicatie is duidelijk als zodanig herkenbaar.

1.1 De Vlaamse overheid maakt in haar communicatie via logo- en/of naamvermelding steeds expliciet duidelijk dat het om communicatie van de Vlaamse overheid gaat.

1.2 De Vlaamse overheid profileert zich als één geheel. Dat betekent dat alle geledingen van de Vlaamse overheid die onderworpen zijn aan het decreet betreffende de openbaarheid van bestuur, het algemene corporate logo of de naamvermelding van de Vlaamse overheid in hun communicatie opnemen. Uitzondering wordt alleen toegestaan als een eigen logo- of naamvermelding op zich duidelijk maakt dat het om een onderdeel van de Vlaamse overheid gaat.

1.3 Elke entiteit van de Vlaamse overheid kan daarnaast een eigen huisstijl hanteren waarmee ze zich identificeert.

2. Wanneer derden in hun communicatie het algemene corporate logo van de Vlaamse overheid opnemen, moet tegelijkertijd worden duidelijk gemaakt welke rol de overheid in dit concrete geval precies speelt (bijvoorbeeld: met subsidie van de Vlaamse overheid).

3. De Vlaamse overheid verkiest voor haar communicatie milieu- en afvalvriendelijke en recycleerbare materialen.

III. BELEIDSCOMMUNICATIE

1. Van de Vlaamse overheid mag worden verwacht dat ze streeft naar 'communicatie in beleid', dat wil zeggen dat ze haar beleid helder en duidelijk in teksten en regels vertaalt, in plaats van onduidelijk beleid achteraf te verhelderen en te verduidelijken met overheidscommunicatie.

2. De Vlaamse overheid maakt in haar beleidscommunicatie een onderscheid tussen beleid in ontwikkeling (dat is communicatie over beleidsintenties of communicatie vóór beleid), beslist beleid (dat is communicatie over beleid) en communicatie als beleid (als instrument van het beleid).

2.1. De Vlaamse overheid geeft in haar beleidscommunicatie duidelijk aan in welk stadium het initiatief zich bevindt.

2.2. Als een beleidsbeslissing alle vereiste stadia heeft doorlopen, wordt ze voorzien van eenzelfde (afzonderlijk, duidelijk herkenbaar) visueel en/of auditief label "beslist beleid".

2.3. De Vlaamse overheid maakt beslist beleid actief bekend aan burgers of doelgroepen voor wie dat beleid bestemd is.

2.4. De centrale website van de overheid ontsluit alle informatie over beslist beleid, met het bijbehorende label.

2.5. In geval van beslist beleid is het toegestaan dat beleidsverantwoordelijken hun naam, functie, handtekening en/of beeltenis aan het initiatief verbinden, op voorwaarde dat die gegevens relevant zijn, op een discrete manier worden verwerkt en ondergeschikt zijn aan de verplichte vermelding (signatuur) van de "Vlaamse overheid" overeenkomstig de huisstijlregels.

2.6. Bij communicatie inzake beleid in ontwikkeling (communicatie voor beleid) en bij communicatie als beleid is het toegestaan dat beleidsverantwoordelijken hun naam en functie vermelden, op voorwaarde dat die gegevens relevant zijn, op een discrete manier worden verwerkt en ondergeschikt zijn aan de verplichte vermelding (signatuur) van de "Vlaamse overheid" overeenkomstig de huisstijlregels.

IV. ADMINISTRATIEVE en DIENSTVERLENENDECOMMUNICATIE

1. Overheidscommunicatie moet bereikbaar zijn voor het beoogde doelpubliek.

1.1. Algemene informatie over de Vlaamse overheid (structuur, werking, doelstellingen enzovoort) is op eenvoudig verzoek verkrijgbaar.

1.2. Documenten en formulieren moeten digitaal terug te vinden zijn via de portaalsite van de Vlaamse overheid (www.vlaanderen.be) of op eenvoudig verzoek verstuurd kunnen worden.

2. De Vlaamse overheid reageert klantvriendelijk op vragen en opmerkingen.

2.1. Vragen en opmerkingen van burgers via de portaalsite of via e-mail worden snel en uiterlijk binnen twee weken beantwoord.

2.2. Bij informatieaanvragen kan de overheid een redelijk bedrag aanrekenen dat ten hoogste gelijk is aan de kostprijs van de drager.

3. De overheid stuurt niet ongevraagd elektronische berichten naar de persoonlijke mailbox van burgers.

3.1. Indien de overheid burgers wil informeren door elektronische berichten, verstuurt zij eerst een elektronisch bericht met de vraag of de geadresseerde voortaan elektronische berichten van de overheid wil ontvangen. Indien de persoon niet reageert, staat dat gelijk met een negatief antwoord. Na 1 jaar mag dezelfde vraag opnieuw gesteld worden.

3.2. Elk elektronisch bericht bevat een eenvoudige en rechtstreekse elektronische uitschrijfmogelijkheid.

3.3. In uitzonderlijke gevallen, zoals crisissituaties, als burgers dringend moeten worden bereikt via operatoren en providers en als dat in het uitdrukkelijke belang van die burgers is,

mag de Vlaamse overheid wel elektronische berichten verzenden zonder voorafgaande toestemming.

4. De Vlaamse overheid biedt via een website en via het contactpunt Vlaamse Infolijn (1700) een centraal informatie- en documentatiepunt aan.

4.1. De informatie is actueel en vermeldt de plaatsingsdatum van de berichten.

4.2. De informatie is eenvoudig en duidelijk gestructureerd. Er is een zoekfunctie beschikbaar.

4.3. Webpagina's moeten beantwoorden aan de toegankelijkheidsvereisten voor de Vlaamse overheidswebsites (de zogenaamde anysurfer-norm).