



Voorlichting, communicatie én participatie

Gemeenschappelijk jaarprogramma voor de communicatie
van de Rijksoverheid in 2014

Inleiding: altijd bij de tijd

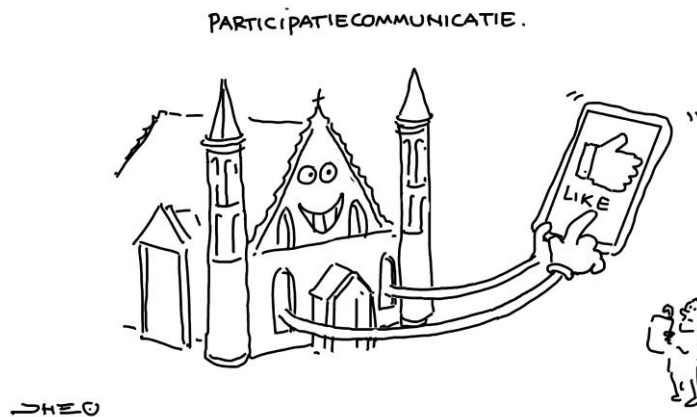
De overheidscommunicatie is in de afgelopen decennia steeds in staat gebleken zich aan te passen aan de tijdgeest. De RegeeringsPersDienst, voorloper van de Rijksvoorlichtingsdienst (RVD), ontstond in de jaren '30 om de voorlichting over Nederland in het steeds groter wordende buitenland vorm te geven. De WOB vloeide voort uit een breed maatschappelijk gevoel om meer bestuurlijke openheid in de jaren '70. En, geënt op de aanbevelingen van de Commissie-Wallage, investeerden we recenter in communicatie (in plaats van voorlichting alleen), nieuwe media en eenheid in afzenderschap en boodschap. Er zijn meer voorbeelden. Ook de concentratie van publieksinformatie, gezamenlijke inkoop en kennisdeling via de Academie getuigen van een vermogen om de Rijksoverheid te helpen aan te sluiten op de eisen van de tijd. En, tot slot, de VoorlichtingsRaad (VoRa) zelf, die kort na de Tweede Wereldoorlog ontstond als neutrale verzekering tegen de risico's van propaganda.

Het gemeenschappelijke jaarprogramma voor 2014 dat in dit vouwblad is samengevat, wil natuurlijk geen geschiedenisboek zijn, maar juist vooruitkijken. Niet één jaar, maar enkele jaren. De voorbeelden uit het verleden illustreren de vraag die daaraan voorafgaat: wat zijn de eisen die de tijd van nu aan overheidscommunicatie stelt? Op basis van ons antwoord hierop formuleren we drie ambities, die richtinggevend zijn voor de concrete activiteiten van de komende drie of vier jaarprogramma's. We kiezen bewust voor duidelijke ambities, want die helpen om jaarlijks de concrete stappen in de goede richting te benoemen. Bovendien: deze ambities maken ook duidelijk dat er consequenties zijn voor onze organisaties, middelen en werkwijze. Daar willen we ons niet bij voorbaat door laten beperken. Wie stappen voorwaarts wil maken, laat immers ook iets achter.

Trends zetten de toon

Vele trends richten ons denken, durven en doen. Bij de voorbereiding van dit jaarprogramma werden de wegwijzers geplaatst met behulp van een stevige trendanalyse van de Dienst Publiek en Communicatie (DPC). In 'Deel je rijk – relevante trends voor overheidscommunicatie' zijn 37 ontwikkelingen in kaart gebracht.

Zo weten we dat de nog steeds toenemende aandacht voor communicatie samenhangt met de vele mogelijkheden om snel, open en op grote schaal te informeren en te mobiliseren. Technologische innovaties stuwden de steeds grotere zelfredzaamheid, eigen initiatief en ondernemerschap verder op. Ondertussen oefenen ook internationale ontwikkelingen zoals de financiële crisis en 'Europa' invloed uit. We ontwikkelen naar een participatiesamenleving en daarin leert de overheid wat het betekent om zelf participant te zijn. Een bijzondere deelnemer, dat wel, als je kijkt naar de diverse soorten relaties tussen Rijksoverheid en burgers. Naast dienstverlening en coproductie staat het Rijk immers ook voor de bestrijding van crises, de bevordering én handhaving van openbare orde en de zorg voor gelijke kansen, zodat iedereen kan meedoen.



De metafoer voor de organisatie van de overheid - het Huis van Thorbecke - verliest daarbij zeggingskracht: oplossingen komen tot stand in allerlei nieuwe netwerken en werkvormen.

We weten ook dat de manieren van communiceren ingrijpend veranderen. In een uitdijend medialandschap ontstaan voor klassieke voorlichtingstaken als het bedienen van de pers andere mogelijkheden. Bij de eigen media van de Rijksoverheid grijpen we nieuwe zienswijzen op massamedia, digitalisering en samenwerkingsprogramma's aan om mensen te bereiken en te bewegen. En ondertussen openen de social media - de media van de massa - nieuwe deuren voor bijvoorbeeld de agendering van wensen en de verwoording en verbeelding van informatie. De scope van communicatiesector verbreedt daarmee: van de zorg voor het steeds fijnmaziger stelsel van vrije, eigen en in feite ieders kanalen voor het halen en brengen van informatie naar het versterken van het dagelijks doen (en laten) van kabinet en rijksdienst.

The proof of the pudding is in the eating: hoe ervaren burgers de totstandkoming van beleid, een beslissing, de toedeling van verantwoordelijkheden, de wijze van uitvoering en van handhaving? In alle openheid, ja: bedoeld en onbedoeld. Communicatie is - onmiskenbaar en onvermijdelijk - een van de belangrijkste sleutels die het kabinet en de rijksdienst in handen hebben, als het gaat om bereikbaarheid, begrijpelijkheid en betrouwbaarheid.

Drie ambities voor de komende jaren

Uit de trends lichten drie opdrachten op voor de communicatiediscipline van de Rijksoverheid: hoe zorgen we voor voorlichting anno nu, communicatie anno nu én participatie anno nu. Die opdrachten vragen om meer dan een jaarprogramma: we richten de blik meerjarig vooruit. Dit heeft consequenties voor ons middelenpakket, maar zeker ook voor de manier waarop wij ons werk organiseren. Daarom hebben we de drie opdrachten vertaald in drie ambities:

1. *Behulpzame Rijksoverheid.* We maken het mogelijk dat burgers, professionals, medeoverheden en uitvoeringsdiensten op maat dienstverlening en openbare data kunnen krijgen. De Rijksoverheid is - 24/7 - proactief behulpzaam. Dit betekent: inspelen op verwachtingen van burgers en situaties waarin zij informatie zoeken, benutten van ICT, inzet van Mijnoverheid.nl en aangrijpen van de vele (concurrerende?) initiatieven voor digitale transacties. Zo dragen we bij aan een stevige infrastructuur waarmee burgers de Rijksoverheid kunnen bereiken.



2. *Duidelijk kabinet.* We stellen mensen van nu in staat om daadwerkelijk te begrijpen wat de invloedssfeer, de motivaties en resultaten van het kabinet zijn. De kracht van de kabinetsbrede boodschap is een boodschap die in eenheid wordt uitgedragen. Dat past bij ons staatsbestel, maar is bovendien communicatief veel sterker: 10 x 1 boodschap beklijft beter dan 1 x 10 boodschappen. Dit betekent: niet alleen met Prinsjesdag samenwerken, maar continu kennis delen, ongevraagd advies aan kabinet en gebruik maken van opiniepeilingen. Het betekent ook dat we helder zijn over rollen: niet alleen via de band van de massamedia, maar ook via media van de massa, met gebruik van beeldtaal.



3. *Communicatieve organisatie*. De tijd vraagt niet alleen meer om de factor C(ommunicatie), maar om de factor P(articipatie). Dit stelt eisen aan de organisatie van de communicatie. Uiteindelijk gaat het om de kwaliteit, flexibiliteit, effectiviteit en ontwikkeling van alle communicatieprofessionals van wie de VoRa de hoeder is. We streven naar een virtueel DG Communicatie Rijk. Virtueel, omdat het een netwerk-organisatie betreft, die binnen de bestaande structuren creatief en praktisch stappen zet in de rijksbrede samenwerking. Zo efficiënt als mogelijk. We stellen de organisatie in staat zich als netwerkpartner op te stellen. Dat betekent ook dat we interdepartementaal en interdisciplinair expertise over gedragsverandering bundelen, nu de traditionele middelen daar niet meer toereikend voor zijn.



Deze drie ambities vormen de pijlers onder de gemeenschappelijke programmering. In 2014 zullen we - met scenario's en andere vormen - de consequenties van de inzet voor meerdere jaren in beeld krijgen en houden. Daarvoor boren we de beste beschikbare bronnen in en om de communicatiediscipline (nog verder) aan.

Aan de slag: projecten in 2014

In 2014 concretiseren we de ambities uit de drie pijlers door middel van 12 activiteiten: ze zijn hieronder per ambitie samengebracht.

Ambitie I – Behulpzame Rijksoverheid

1. Informatie op maat

We stellen een visie op over de informatievoorziening in 2020 met een business case, om de consequenties op de weg hiernaartoe in kaart te brengen. Daartoe brengen we actuele expertise en benaderingen in andere toonaangevende landen in kaart en houden we enkele expertmeetings. In 2014 bouwen we voort op ontvanger gerichte initiatieven en functionaliteiten. De Dienst Publiek

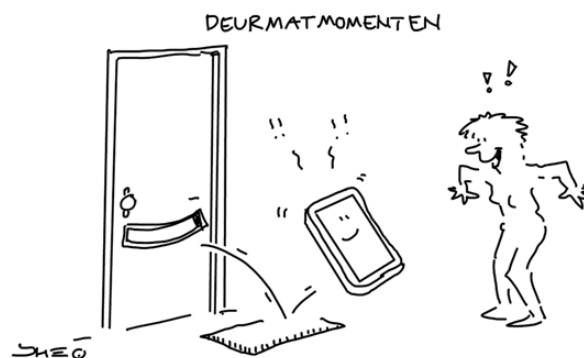
en Communicatie (DPC) neemt het voortouw, in samenspraak met medeoverheden, uitvoeringsorganisaties en professionals. We beschikken met een reeks communicatieve diensten (content, sites, vraagbeantwoording, 1400) over een stevige basis. We betrekken hierbij ook de actiepunten uit het Actieplan Open Overheid van het kabinet om de vindbaarheid van overheidsinformatie te vergroten (hoe kan informatie die actief openbaar wordt gemaakt aansluiten bij de context waarin burgers zich bevinden en kan hoe overheidsinformatie op een communicatieve manier worden ontsloten). Speciale aandacht gaat uit naar de samenhang tussen vraagbeantwoording en dienstverlening en wat dit van de communicatiesector vraagt. Oktober 2014 ligt ter besluitvorming een plan voor.



2. Deurmatmomenten: samenhangend en vraaggericht

We grijpen 'deurmatmomenten' aan om de impact van beleid in samenhang en op maat te communiceren. In vervolg op eerdere stappen van de Stuurgroep Samenhang ontwikkelen we deze 'functionaliteit' door vanuit de behoefte van de ontvanger, niet vanuit de huidige (on)mogelijkheden van de zender. Dat doen we in twee stappen: (I) versterking van de samenwerking van de beleidsmakers

op de departementen en de uitvoerders bij agentschappen en zelfstandige bestuursorganen en (II) de verdere ontsluiting van informatie met bestaande middelen en doorontwikkeling van de functionaliteit (betreft o.m. Rijksoverheid.nl met 'Effect voor u' en bijvoorbeeld online magazines). Voor de eerste stap (deelproject 1) ligt in maart een plan van aanpak in de VoRa, ter bespreking in de Ministerraad in april. Vervolgens realiseren we de afspraken (= deelproject 2). Realisatie is gericht op de 'deurmatdatum' 1 januari 2015.



3. **Webcare**

Na het vooronderzoek in 2013 volgt in 2014 een soepel lopende invoering. Het bestaande twitteraccount wordt in eerste instantie ingezet voor een reactieve benadering. Vervolgens onderzoeken we volgende mogelijkheden. We

starten met de vraagbeantwoording in januari 2014, eind 1^e kwartaal vindt een evaluatie plaats en in het 2^e kwartaal volgt een advies voor verdere uitbreiding.



4. **Rijksbrede huisstijl**

Bij het bereiken van herkenbaarheid van de Rijksoverheid en het kabinet vervult de rijksbrede huisstijl een belangrijke functie (één logo, één huisstijl, één missie). De participatie van departementen in maatschappelijke programma's, internationale samenwerkingsverbanden en publiek-private projecten

vraagt om een kritische blik naar de bestaande afspraken en dienstverlening. Het Centraal Huisstijlbeheer zal hiertoe in het 2^e kwartaal een richtlijn ontwikkelen, samen met de Commissie Rijksoverheid Communicatie (CRC).

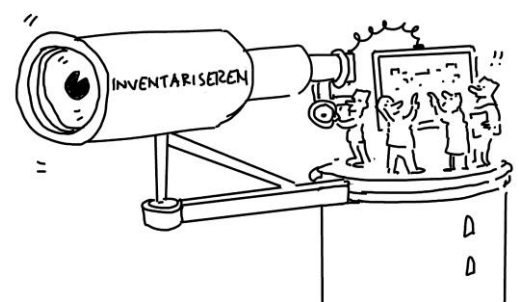


5. **Gedragsverandering: een nieuwe aanpak**

Recente inzichten maken duidelijk dat communicatie alleen via (massamediale) campagnes voor gedragsverandering te beperkt is, en er andere benaderingen mogelijk zijn om burgers succesvol tot ander gedrag te bewegen. Dit kan onder meer door gedragskennis, onderzoek en typen (beleids)interventies te integreren. We grijpen de inzichten en de ervaringen met o.m. een Behavioural Insights Team (BIT,

ontwikkeld in Groot-Brittannië is o.m. toegepast bij IenM) aan voor een pilot, aan de hand van een kabinetsthema. De vrucht hiervan is dat we onze communicatieopgaven verscherpen en verfijnen (waar zijn we van?), meer focus kunnen aanbrengen (wat kunnen we met communicatie bereiken?) en beter aansluiten bij communicatiemechanismen die kunnen leiden tot gedragsverandering. Na selectie van het thema in februari wordt de methodiek in drie werkbijeenkomsten ontwikkeld. Op basis van de rapportage wordt in de Voorlichtingsraad besloten over de verdere toepassing.

GEDRAGSVERANDERING: EEN NIEUWE AANPAK



Ambitie II – Duidelijk kabinet

6. **Beter benutten en delen van onderzoek, opinie en mediabeelden**

We stappen door op de ingeslagen weg van gemeenschappelijke presentatie. Dat krijgt concreet vorm doordat de RVD media-analyses, verslagen van AO's en opinie- en mediabeelden actief deelt met eerst betrokken departementen, door uitbreiding van de service van de redactiedienst RVD met tweets en door aansluiting van departementen bij de dagelijkse Aandachtspunten Buitenland van de RVD. We spitsen de inzet toe op drie deelprojecten:

BETER BENUTTEN EN DELEN VAN ONDERZOEK



a. COB en themametingen. Het Continu Onderzoek Burgerperspectieven wordt voortgezet. We vormen de 'themameting' om tot een instrument dat de VoRa minstens twee keer per jaar helpt om het 'goede' gesprek te voeren. De eerste sessie doen we aan het begin van het kalenderjaar, de tweede in opmaat naar Prinsjesdag. Het plan van aanpak volgt in het eerste kwartaal van 2014.

b. Media-analyse. We stellen een gezamenlijke visie op over de beste manier om media-analyse te organiseren. Uitgangspunt daarbij is: gemeenschappelijke organisatie waar mogelijk, departementale organisatie waar nodig. Een eerste versie van de visie zal in het tweede kwartaal van 2014 besproken worden.

c. Kennisdeling. We gaan bestaand onderzoek uitwisselen via het leernetwerk van DPC van de Academie. Een bijeenkomst hiervoor zal in het eerste kwartaal van 2014 plaatsvinden. In het tweede kwartaal volgt een plan van aanpak.

7. **Kabinetsbrede communicatie verder verbeteren**

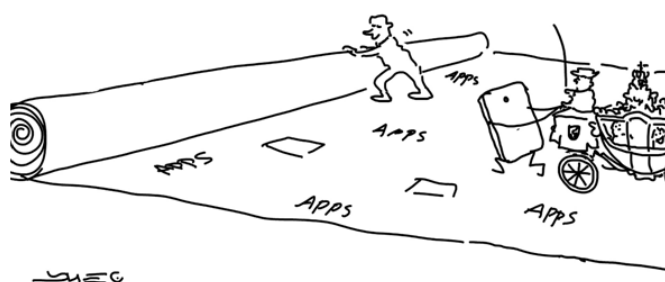
We versterken de kennisdeling over spreekpunten en woordvoeringslijnen, onder meer via het woordvoerdersoverleg. Met drie deelprojecten:

a. Prinsjesdag en verantwoordingsdag. Doel vanaf komend jaar is om nog eerder het proces in beeld te hebben. Financiën neemt zoals altijd het voortouw bij het opzetten van een communicatieteam en presenteert met de RVD in het eerste kwartaal van 2014 een procesplan.

b. Beeld. Om de kabinetsbrede actieve verantwoording écht vorm te geven wordt menskracht gevonden. We willen uitlegvideo's van verscheidene bewindspersonen ('Youtube-college's), op zijn minst een tweewekelijkse update van de kabinetsbrede pagina's op Rijksoverheid.nl, in beginsel wekelijks een infographic over MR-besluiten of kabinetsbeleid.

c. Factsheets. We stellen twee maal per jaar vast welke kabinetsbrede factsheets moeten worden aangevuld en delen dit met alle departementen. Het woordvoerdersoverleg heeft een sleutelrol.

KABINETSBREDE COMMUNICATIE VERDER VERBETTEREN



Ambitie III – Communicatieve organisatie

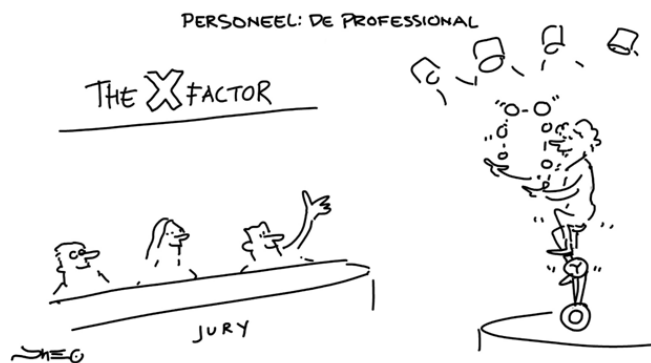
8. Personeel: de professional

Wat moet de communicatie-professional van de toekomst kunnen? We richten de aandacht op drie deelprojecten:

a. Competenties. Een werkgroep zal zich bezighouden met het formuleren van competenties van specialisten/-generalisten in de overheidscommunicatie. De werkgroep zal in het eerste kwartaal van 2014 een plan van aanpak opleveren.

b. Talentschouw. We streven naar personeelsbeleid over de grenzen van de directies heen, en kijken of het haalbaar is eind 2014 een eerste, gezamenlijke talentenschouw te organiseren op basis van de beschreven competenties. We vragen onze P-collega's dit met ons te organiseren.

c. Communicatie trainees. We gaan met BZK in gesprek om te onderzoeken of we als communicatiediscipline in het kader van talentontwikkeling jaarlijks een vast aantal trainees uit de trainee-aanbod benutten.



9. Organisatie van de communicatie

We willen meer gaan sharen en samenwerken en de organisatie van de communicatie professionaliseren. Dit helpt de toegevoegde waarde helder te maken en onze inzet te verantwoorden. Dit gebeurt met drie deelprojecten:

a. Communicatiepool. We onderzoeken de mogelijkheid of er een rijksbrede interne communicatiepool kan worden ingericht. DPC onderzoekt de haalbaarheid en werkt enkele scenario's uit. Rapportage vindt plaats in het eerste kwartaal van 2014.

b. Accountability. Een werkgroep van de CRC zal zich buigen over het beter zichtbaar maken van de toegevoegde waarde van de communicatiediscipline.

c. Interne communicatie. Meer samenwerken vraagt om een goede interne afstemming in VoRa-verband. In januari belegt de VoRa een werksessie over het verbeteren van de interne communicatie en samenwerking binnen de communicatiediscipline als geheel. Ook uitvoeringsorganisaties en inspecties betrokken worden betrokken. Op basis hiervan volgt een plan van aanpak.

d. Omgevingsonderzoek. We onderzoeken verdere interdepartementale samenwerking op het gebied van omgevingskennis en onderzoek. In het derde kwartaal zal de werkgroep scenario's in de VoRa presenteren.



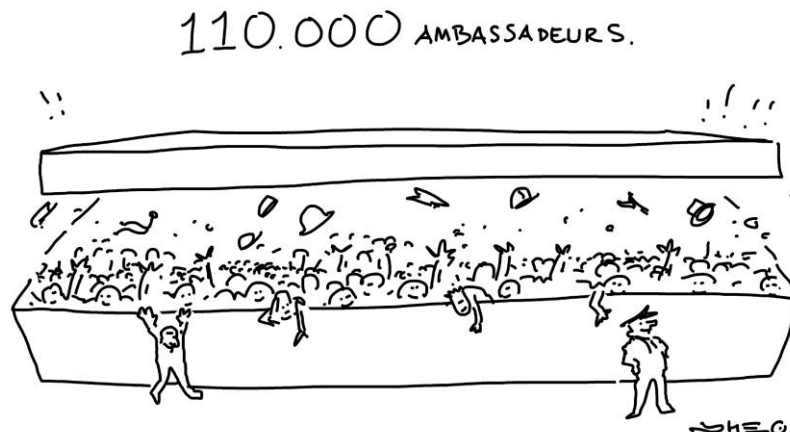
10. Vakontwikkeling: leren en ontwikkelen

Het vak van overheidscommunicatie verandert. Waar heeft de burger behoefte aan? Waar hebben beleidsdirecties behoefte aan – die op hun beurt ook veranderingen doormaken? Wat is onze toegevoegde waarde in een tijd waarin alles en iedereen communiceert? De Academie voor Overheidscommunicatie zal op basis van de uitkomsten van de projecten omtrent de competenties, de accountability en de meest relevante trends het professionaliseringsaanbod voor communicatie-professionals door ontwikkelen. De focus ligt zowel op inhoud als op benutting (sturing op professionalisering), zodat we echt een slag gaan maken met de discipline. Dit programma zal in de tweede helft van 2014 in de VoRa besproken worden.



11. Organisatiecommunicatie: 110.000 'ambassadeurs'

In woord en daad maken medewerkers van de Rijksoverheid duidelijk hoe zij zich identificeren met de Rijksbrede missie en de doelen van het kabinet. Vanuit de communicatiediscipline kunnen we bijdragen aan de toerusting van medewerkers op het vlak van corporate en interne communicatie. Doel hiervan is dat medewerkers zich als vertegenwoordiger opstellen, kabinetsdoelen aan eigen handelen verbinden en hierover onderling communiceren. Dit streven is in toenemende mate van belang voor een Rijksoverheid die in netwerken opereert. Een werkgroep stelt een advies op over de benutting van bestaande kanalen (zoals Rijksportaal), strategieën (zoals Publieksdiplomatie) en de inzet van betrokken organisaties (w.o. academies) en kansrijke hulpmiddelen. De voorstellen worden in een workshop met (communicatie)professionals getoetst en aan het SGO aangeboden. Op basis hiervan worden verdere afspraken gemaakt.



12. Verhalen van verbinding

Wat leren we van de communicatieve beleidskracht in netwerken? Steeds vaker blijken beleidsdoelen in nieuwe netwerken gerealiseerd te worden, buiten bestaande kaders en in soms verrassende combinaties. De (Rijks)overheid ontpopt zich vaker als facilitator en partner dan als opdrachtgever en de praktijk toont andere manieren van (ambtelijk) gedrag, beeldvorming en besluitvorming. *Last but not least* komen nieuwe zienswijzen over persvoorlichting en publiekscommunicatie in beeld. Voorbij de Factor C (communicatieve beleidsvorming binnen bestaande kaders) vragen onthechte arrangementen, ongeschreven regels en spontane coalities aandacht: de factor P(articipatie)... Waar communicatiedisciplines hierbij betrokken zijn, wordt duidelijk dat onze expertise over de vorming van kennis, houdingen en gedraging kan helpen bij het ontwerpen van processen en interventies en het benutten van rollen. Uit beschikbare ervaringen is ook op te maken dat het opereren in en vanuit netwerken raakt aan perswoordvoering en de presentie van bewindslieden. Een werkgroep zal voor de zomer een projectvoorstel opstellen en ministeries uitnodigen om verhalen te melden van projecten waarin (netwerken van) praktijkwerkers kabinetsdoelen helpen realiseren. De vrucht van deze verhalen leidt in het tweede kwartaal naar een advies over de lessen van de communicatieve beleidskracht van netwerken.



Jaarprogramma in één oogopslag

| Ambitie | I. Behulpzame Rijksoverheid | II. Duidelijk kabinet | III. Communicatieve organisatie |
|--------------------------|---|---|--|
| Doel | Eén bron en informatie op maat | Permanente kabinetsbrede communicatie | Flexibele inzet van kwaliteit en capaciteit |
| Domein | Rijksoverheid (dienstverlening) | Kabinet (besluitvorming) | Organisatie (professionalisering) |
| Vertrekpunt | (Vragen van) Burgers | (Agenda van) het kabinet | (Bagage van) professionals |
| Belofte | We sluiten aan | We legitimeren | We organiseren |
| Activiteiten 2014 | Informatie op maat: toekomstvisie | Beter benutten en delen van onderzoek, opinie en mediabeelden | Personeel: competenties, talentschouw en trainees |
| | Deurmatmomenten: samenhangend en vraaggericht | Kabinetsbrede communicatie verbeteren in woord en beeld | Organisatie: communicatiepool, accountability en communicatie binnen de sector |
| | Webcare invoeren | | Vakontwikkeling: leerprogramma Academie |
| | Rijksbrede huisstijl door ontwikkelen | | Organisatie-communicatie: ambassadeurs toerusten |
| | Gedragsverandering: een nieuwe aanpak | | Factor P: Verhalen van verbinding |

Meer weten?

De afdeling Communicatie Algemeen Regeringsbeleid (CAR) van de Rijksvoorlichtingsdienst, ministerie van Algemene Zaken coördineert het jaarprogramma. Neem met vragen contact op met Guido Rijnja, G.Rijnja@minaz.nl.

In de onderstaande tabel staan de namen van projectleiders, alsmede wie in de Voorlichtingsraad welk project in portefeuille hebben genomen.

| | Activiteit | Projectleider | VoRa-lid |
|-------------------------------------|---|-----------------------------------|---------------------------------------|
| 'Behulpzame Rijksoverheid' | | | |
| 1 | Informatie op maat | Ronald van Oosteroom | Erik den Hoedt |
| 2 | Deurmatmomenten: samenhangend en vraaggericht | Wouter van Eendenburg | Pieter Idenburg |
| 3 | Webcare invoeren | Loulou Birza | Anne Marie Stordiau |
| 4 | Rijksbrede huisstijl | Mirke Beckers | Henk Brons |
| 5 | Gedragsverandering: een nieuwe aanpak | Guido Rijnja | Wim Kok |
| 'Duidelijk kabinet' | | | |
| 6 | Beter benutten en delen van onderzoek, opinie en mediabeelden | | |
| | a. COB-/themameting | Annemarie Kars en Frank van Marle | Henk Brons |
| | b. Media-analyse | Annemarie Kars en Frank van Marle | Henk Brons |
| | c. Kennisdeling | Harold van Biemen | Stephan Koole |
| 7 | Kabinetsbrede communicatie verder verbeteren | | |
| | a. Prinsjesdag en Verantwoordingsdag | Kristel Dirx | Remco Dolstra |
| | b. Beeld | René Sertons | Remco Dolstra |
| | c. Factsheets | Rimbert Kloosterman | Remco Dolstra |
| 'Communicatieve organisatie' | | | |
| 8 | Personeel: de professional | | |
| | a. Competenties | Paulijn de Bruijne | Ivar Nijhuis en Jenneke de Sain |
| | b. Talentschouw | Jenneke de Sain | Jenneke de Sain |
| | c. Communicatietrainees | Erik de Hoedt | Erik den Hoedt |
| 9 | Organisatie van de communicatie | | |
| | a. Communicatie-pool | Jolanda Mos | Jenneke de Sain en Hans van den Broek |
| | b. Accountability | Kristel Dirx en Lixel Huijts | Hans van den Broek en Ivar Nijhuis |
| | c. Interne communicatie | Mirke Beckers en Loulou Birza | Hans van den Broek |
| | d. Omgevingsonderzoek | Julie Köler | Stephan Koole |
| 10 | Vakontwikkeling: leren en ontwikkelen | Paulijn de Bruijne | Jenneke de Sain |
| 11 | Organisatiecommunicatie: 110.000 ambassadeurs | Guido Rijnja | Sicco Louw |
| 12 | Factor P/Verhalen van verbinding | Ingrid Brummelman | Michael van Wissen van Veen |

De Voorlichtingsraad

Sinds 1948 vormen de directeuren van de departementale communicatiedirecties de Voorlichtingsraad. De VoRa tekent voor a) een krachtige adviesrol richting de ministerraad en de minister-president, b) de ontwikkeling van een professionele organisatie van de communicatie, en c) het leveren van goede diensten en producten aan de departement.

Hierbij maakt de VoRa gebruik van drie opdrachtgeversberaden: voorportalen voor bespreking in de voltallige raad: voor de Dienst Publiek en Communicatie, voor de kabinetsbrede communicatie en voor professionalisering, personele ontwikkeling en organisatie. De Commissie Rijksoverheidscommunicatie (CRC) bespreekt campagnevoorstellen en de voortgang van Rijksoverheid.nl en het Rijkspitaal. Wekelijks bereidt het woordvoerdersoverleg de voorlichting over de ministerraad voor. Daarnaast zijn er tijdelijke samenwerkingsverbanden en werkgroepen. De VoRa bewaakt de voortgang van de ambities en de projecten in dit jaarprogramma.

Henk Brons, directeur-generaal van de RVD, is voorzitter. Overige leden zijn op 1 januari 2014: Hans van den Broek (Economische Zaken), Remco Dolstra (Financiën), Pieter Idenburg (Sociale Zaken en Werkgelegenheid), Wim Kok (Defensie), Stephan Koole (Volksgezondheid, Welzijn en Sport), Sicco Louw (Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties), Ivar Nijhuis (Buitenlandse Zaken), Jenneke de Sain (Onderwijs, Cultuur en Wetenschap), Anne-Marie Stordiau-van Egmond (Veiligheid & Justitie) en Michael van Wissen van Veen (Infrastructuur en Milieu). Ook Erik den Hoedt, directeur van de Dienst Publiek en Communicatie (DPC) van het ministerie Algemene zaken is lid van de VoRa. Mirke Beckers en Loulou Birza van de afdeling Communicatie Algemeen Regeringsbeleid (CAR) van de RVD voeren het secretariaat.

NB

De cartoons in dit document zijn gemaakt door Cees Heuvel.