

# Eindwerkrapport

---

Opdrachtgever:

**Memori**

Titel eindwerk:

Verkennd onderzoek naar de relevantie  
van 'intermediary frameworks' voor de  
communicatie van de Europese overheid

Externe eindwerkpromotor  
**Bruno Koninckx**

Interne eindwerkpromotor  
**Eric Goubin**

Academiejaar  
**2011-2012**

Eindwerkrapport van  
**Sofie Nelen & Karen Van Cauwenbergh**

tot het behalen van het diploma van  
Bachelor in Communicatiemanagement

Afstudeerrichting:  
**Public Relations en Voorlichting**

## Voorwoord

Wij zijn twee studenten uit de opleiding Communicatiemanagement, met de afstudeerrichting Public Relations en Voorlichting, aan de Lessius Hogeschool Mechelen. Naar aanleiding van ons laatste jaar presenteren wij onze bachelorproef met het oog op het behalen van ons diploma. We kregen de kans een verkennend onderzoek uit te voeren naar de relevantie van 'intermediary frameworks' voor de communicatie van de Europese overheid.

We hebben de realisatie van ons eindwerk ervaren als een uitdaging en we hebben er zelf enorm veel uit geleerd. We hopen dat dit verkennend onderzoek een opstap voor verder onderzoek kan zijn naar de communicatie van de EU en de inzet van 'intermediary frameworks.'

Deze leerzame ervaring hebben we weliswaar niet alleen doorlopen. Graag willen we dan ook van de gelegenheid gebruik maken om een aantal mensen te bedanken. Veel dank gaat uit naar onze interne promotor, Eric Goubin. Door zijn inzet, steun en feedback hebben we onze bachelorproef kunnen maken tot wat het nu is. Ook willen we onze externe promotor, Bruno Koninckx, en het onderzoekscentrum Memori bedanken voor de mooie kans die we van hen gekregen hebben om een verkennend onderzoek uit te voeren. Tot slot willen we ook al onze respondenten bedanken die meegewerkt hebben aan het realiseren van dit eindwerk en die hun ervaringen met ons wilden delen.

## Inhoudstafel

Voorwoord .....	2
Inhoudstafel .....	3
Lijst met figuren en tabellen .....	9
Inleiding.....	10
Management summary.....	11
1. Situering onderzoek .....	17
1.1 Doelstellingen en onderzoeksvragen .....	17
1.1.1 Aanleiding.....	17
1.1.2 Doelstellingen onderzoek.....	17
1.2 Situatieschets .....	17
1.2.1 De Europese Unie .....	17
1.2.2 Onderzoeksonderwerp .....	18
1.2.3 Onderzoeksvragen .....	18
1.2.3.1 Hoofdvragen .....	18
1.2.3.2 Deelvragen.....	19
1.3 Onderzoeksopzet.....	19
1.3.1 Literatuurstudie .....	19
1.3.2 Kwalitatief onderzoek .....	19
1.3.2.1 Diepte-interviews.....	20
1.3.2.2 Expertgroep met experts van onderzoekscentrum Memori .....	20
2. Europa en haar instellingen.....	21
2.1 Europese Unie .....	21
2.1.1 Ontstaan .....	21
2.1.1.1 Jean Monnet en de EGKS .....	21
2.1.1.2 Europese Economische Gemeenschap .....	21
2.1.1.3 Europese Unie vanaf 1992 .....	21
2.1.2 Toetreden tot de EU .....	23
2.1.3 Bestaansredenen en doelen van de EU .....	23
2.1.3.1 Vrede.....	23
2.1.3.2 Samenwerking .....	23
2.1.3.3 Veiligheid en zekerheid.....	24

2.1.3.4	Economische en sociale solidariteit.....	24
2.1.3.5	Europese identiteit promoten en bewaren .....	24
2.1.3.6	Waarden promoten en nastreven .....	24
2.1.4	De Rol van verdragen in de EU.....	24
2.1.5	Financieringsmiddelen van de EU .....	25
2.1.6	Beslissingsorganen van de Europese Unie.....	25
2.1.7	Andere instellingen van de Europese Unie.....	26
2.1.7.1	Europees Hof van Justitie.....	26
2.1.7.2	Comité van de Regio's.....	26
2.1.7.3	Europese Centrale Bank.....	26
2.1.7.4	Europees Economisch en Sociaal Comité.....	26
2.2	Uitvoerend orgaan: de Europese Commissie.....	27
2.2.1	Samenstelling.....	27
2.2.1.1	De voorzitter.....	27
2.2.1.2	Commissarissen en Directoraten-generaal.....	27
2.2.2	Taken van de Europese Commissie .....	27
2.2.3	Vertegenwoordiging van de Commissie in de lidstaten .....	28
2.3	Stem van het volk: het Europees Parlement.....	28
2.3.1	Samenstelling.....	28
2.3.2	Taken van het Europees Parlement .....	28
2.3.2.1	Wetgevende functie van het Parlement.....	28
2.3.2.2	Budgettaire functie van het Parlement .....	29
2.3.2.3	Controlefunctie van het Parlement .....	29
2.3.3	Vertegenwoordiging van het Parlement in de lidstaten.....	29
2.4	Stem van de lidstaten: de Raad van de Europese Unie .....	29
2.5	Europese Raad.....	30
2.5.1	Samenstelling.....	30
2.5.2	Taken van de Europese Raad .....	30
2.6	Raad van Europa.....	30
2.6.1	Samenstelling.....	30
2.6.2	Taken van de Raad van Europa .....	31
2.7	Belangrijkste Europese instellingen.....	31
3.	Communicatiedoelen en –doelgroepen.....	33
3.1	Algemene communicatiedoelen .....	33

3.1.1 De burgers de macht geven .....	33
3.1.1.1 Lokalisering.....	33
3.1.1.2 Actieve burgers in Europa .....	34
3.1.2 Een Europese gemeenschap creëren .....	34
3.1.2.1 Politieke dimensie.....	34
3.1.2.2 Media en informatiediensten.....	34
3.1.2.3 Publieke opinie van Europa begrijpen .....	35
3.1.3 Versterking van de samenwerking .....	35
3.1.3.1 Samenwerking met de lidstaten.....	35
3.1.3.2 Samenwerking met de Europese instellingen .....	35
3.1.3.3 Inter-institutionele communicatieovereenkomst .....	36
3.2 Huidige communicatiedoelen .....	36
3.3 Communicatiedoelgroepen .....	36
4. Organisatie van de communicatie .....	38
4.1 Van de EU tot bij de doelgroep .....	38
4.1.1 Commissie .....	38
4.1.2 Directoraat-Generaal Communicatie.....	38
4.1.3 Vertegenwoordiging van de Commissie in België .....	39
4.2 Kanalen .....	41
4.2.1 Online kanalen.....	41
4.2.2 Audiovisuele kanalen .....	41
4.2.3 Print.....	42
4.2.4 Mondelinge communicatie .....	42
5. Effectiviteit van de communicatie van de EU .....	43
6. Intermediary frameworks.....	46
6.1 Onderzoek naar intermediary frameworks .....	46
6.1.1 Reden voor inzet van intermediary frameworks.....	46
6.1.2 Aandachtspunten en bemerkingen voor verder onderzoek.....	46
6.2 Omschrijving .....	47
6.2.1 Soorten intermediary frameworks.....	48
6.2.2 Tweerichtingsverkeer .....	49
6.2.3 Rol van de media .....	49
6.2.4 Oorsprong .....	49
6.2.4.1 'Le corps intermédiaire' in Frankrijk .....	49

6.2.4.2	'Intermediary framework' in Nederland .....	49
6.2.5	Functies van een intermediary framework.....	50
6.2.5.1	Linkage model.....	50
6.2.5.2	'Two-step-flow'-theorie .....	51
6.2.5.3	'Agenda-setting'-theorie .....	52
6.2.5.4	Intermediary frameworks: de theorie en hun functies .....	52
6.2.5.5	Functieverschuiving naargelang positie van een intermediary framework.....	54
6.3	Officiële frameworks in de Europese Unie .....	55
6.3.1	Formelere en informele intermediairen: twee types EU-promotoren.....	56
6.2.2	Jacques Delors en intermediary frameworks in de EU .....	56
6.2.3	Officiële intermediary frameworks van de EU .....	56
6.2.3.1	Intermediary frameworks voor burgers in het algemeen.....	56
6.2.3.2	Intermediary frameworks voor ondernemers en zelfstandigen .....	57
6.2.3.3	Intermediary frameworks voor studenten en jongeren .....	58
6.2.3.4	Intermediary frameworks voor werkzoekenden, werknemers en werkgevers .....	59
6.2.3.5	Intermediary frameworks voor consumenten .....	60
6.2.3.6	Intermediary frameworks voor onderzoekers .....	60
6.2.3.7	Intermediary frameworks voor financieringsprogramma's .....	60
6.2.3.8	Europese Agentschappen als intermediary frameworks .....	61
6.2.4	Aanzet voor het in kaart brengen van officiële intermediary frameworks en indeling.....	62
6.2.5	Tabel met officiële intermediary frameworks van de EU en indeling .....	63
6.4	Frameworks in België.....	64
6.4.1	Gebruik van intermediary frameworks in België.....	64
6.4.1.1	Belgische overheidsinstellingen als intermediary frameworks .....	64
6.4.1.2	Belgische Brancheorganisaties als intermediary frameworks.....	67
6.4.1.3	Belgische NGO's als intermediary frameworks .....	68
6.4.2	Aanzet voor het in kaart brengen van intermediary frameworks in België en indeling.....	71
6.3.2	Tabel intermediary frameworks in België: indeling .....	72
7.	Ervaringen met intermediary frameworks .....	75
7.1	Voordelen bij het gebruik van intermediary frameworks .....	75
7.1.1	Verbinding tussen de top en de basis.....	75
7.1.2	Aanspreking van specifieke doelgroepen met informatie op maat .....	76
7.1.3	Hefboomwerking van een intermediary framework.....	76
7.1.4	Kennis over de doelgroep .....	76

7.1.5 Groter bereik.....	77
7.1.6 Een intermediary framework als 'influencer' .....	77
7.1.7 Intermediary framework bereikt doelgroepen en realiseert doelstellingen van de EU.....	77
7.1.7.1 Het bereiken van de doelgroepen van de EU via intermediary frameworks .....	77
7.1.7.2 Het realiseren van de doelstellingen van de EU via intermediary frameworks .....	78
7.2 Aandachtspunten .....	79
7.2.1 EU-instellingen vertrouwd maken met het concept 'intermediary frameworks' .....	79
7.2.2 Organisaties en eigen doelstellingen.....	80
7.2.3 Overdaad schaadt.....	81
7.2.4 Keuze van intermediary framework.....	81
8. Ervaringen van intermediary frameworks.....	82
8.1 Informatie-inwinning.....	82
8.1.1 Informatie-inwinning en verwerking bij het ACW.....	82
8.1.2 Informatie-inwinning en verwerking bij Ryckvelde .....	83
8.1.3 Informatie-inwinning en verwerking bij VVSG .....	84
8.1.4 Informatie-inwinning en verwerking bij de stad Mechelen.....	84
8.1.5 Informatie-inwinning bij Boerenbond .....	85
8.2 Bruikbaarheid van de informatie .....	85
8.3 Visie op functie als doorgeefluik en randvoorwaarden .....	86
8.3.1 Top-down informatie doorgeven .....	86
8.3.2 Bottum-up informatie doorgeven .....	87
8.4 Noemenswaardige conclusies uit de analyse .....	88
8.5 Functies van een intermediary framework getest in de praktijk .....	89
8.5.1 Functies van Boerenbond als intermediary framework .....	89
8.5.2 Functies van de stad Mechelen als intermediary framework.....	90
9 Besluit.....	91
10 Adviezen voor het gebruik van intermediary frameworks.....	93
10.1 Aanbeveling 1: Optimaliseren van de communicatie van de EU .....	93
10.1.1 Afstand tussen de EU en de burger .....	93
10.1.2 Afstand tussen de EU en overheidsinstanties .....	94
10.1.3 Informatie van de EU .....	94
10.1.4 Versnippering van de communicatie .....	95
10.1.5 What's in it for me? .....	96
10.2 Aanbeveling 2: Onderzoek of het imagoprobleem de communicatie schaadt.....	96

10.3	Aanbeveling 3: Samenwerking met intermediary frameworks voor communicatie.....	97
10.4	Aanbeveling 4: Een beleid voor intermediary frameworks .....	98
10.4.1	Intermediary frameworks in kaart brengen.....	98
10.4.2	Aangepaste boodschappen .....	99
10.5	Aanbeveling 5: Boodschappen kunnen loslaten .....	100
	Literatuurlijst .....	102
	Bijlagen.....	105
	Bijlage 1 : Lijst met geïnterviewden .....	105
	Bijlage 2: Deelnemers expertgroep .....	106



## Lijst met figuren en tabellen

Figuur 1: De Europese lidstaten. Overgenomen van Landkaarten (2007), van het Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie. Copyright 2007 door de Europese Gemeenschappen. Afgehaald van <a href="http://ec.europa.eu/publications/booklets/others/58/countries2007/nl.pdf">http://ec.europa.eu/publications/booklets/others/58/countries2007/nl.pdf</a> Overgenomen met toestemming.....	22
Figuur 2: Organogram DG COMM – Overgenomen van DG communication Staff (2012) Afgehaald van <a href="http://ec.europa.eu/dgs/communication/about/contact_us/staff/index_en.htm">http://ec.europa.eu/dgs/communication/about/contact_us/staff/index_en.htm</a> .....	40
Figuur 3: Voorstelling functie intermediary framework. Overgenomen van Research into European Communication (2012) Copyright 2012 van EU Communication Plaza. Afgehaald van <a href="http://www.eucommunicationplaza.org/sites/default/files/downloads/Research_into_European_Union_Communication.pdf">http://www.eucommunicationplaza.org/sites/default/files/downloads/Research_into_European_Union_Communication.pdf</a> .....	48
Figuur 4: Linkage model. Overgenomen van Prioritizing Stakeholders for Public Relations (2006), Rawlins, B.L. Copyright 2006. Afgehaald van <a href="http://florida4h.net/news/public_relations/files/2006_Stakeholders.pdf">http://florida4h.net/news/public_relations/files/2006_Stakeholders.pdf</a> .....	50
Figuur 5: Two-step-flow-model. Overgenomen van Two Step Flow Theory van Katz en Lazarsfeld (1955), Copyright 2012 door de Universiteit van Twente. Afgehaald van <a href="http://www.utwente.nl/cw/theorieenoverzicht/Theory%20Clusters/Mass%20Media/Two_Step_Flow_Theory-1.doc/">http://www.utwente.nl/cw/theorieenoverzicht/Theory%20Clusters/Mass%20Media/Two_Step_Flow_Theory-1.doc/</a> .....	51
Figuur 6: Functies van een intermediary framework. Overgenomen van Research into European Communication (2012) Copyright 2012 van EU Communication Plaza. Afgehaald van <a href="http://www.eucommunicationplaza.org/sites/default/files/downloads/Research_into_European_Union_Communication.pdf">http://www.eucommunicationplaza.org/sites/default/files/downloads/Research_into_European_Union_Communication.pdf</a> .....	53
Figuur 7: Officiële intermediary frameworks van de EU. Zelf samengestelde tabel op basis van Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie (juni 2009). <i>EU-informatie- en ondersteuningsdiensten</i> (brochure).....	63
Figuur 8: Intermediary frameworks in België. Zelf samengestelde tabel op basis van de interviews met sleutelfiguren.....	74

## Inleiding

Weinigen weten dat 70% van alle wetgeving in ons land afkomstig is van de Europese Unie. Ook wij stonden er bij aanvang van ons verkennend onderzoek ook niet bij stil. De EU maakt vandaag meer dan ooit deel uit van ons dagelijks leven, alleen beseffen we dat niet altijd. Hoewel de EU allerlei goede initiatieven heeft en goede doelstellingen heeft uitgezet, is de EU voor velen een abstract gegeven. We kregen de kans om een verkennend onderzoek te doen naar de relevantie van 'intermediary frameworks' voor de communicatie van Europese overheden. We hebben geprobeerd om te onderzoeken hoe de communicatie van de EU verbeterd kan worden zodat de kloof tussen de EU aan de top en de burger aan de basis verbeterd kan worden. De afgelopen vier maanden hebben we onze schouders onder dit project gezet en vandaag stellen we met enige trots onze bachelorproef voor.

Onze bachelorproef bevat verschillende onderdelen. Beginnen doen we met een beschrijving van het onderzoeksopzet en vervolgens geven we een uitgebreide inleiding tot de EU. Welke instanties zijn er, hoe is de EU ontstaan en hoe gaat de EU te werk? Het waren zaken die voor ons belangrijk waren opdat we ons verkennend onderzoek voorbereid en grondig konden uitvoeren. Vervolgens schetsen we een beeld van de doelgroepen en doelstellingen van de EU en haar instellingen. We bekijken ook de mogelijkheden van 'intermediary frameworks'. We definiëren het begrip, bekijken welke soorten er zijn voor de EU en voor Vlaanderen en brengen de belangrijkste voordelen en aandachtspunten in kaart. Verder in de paper bekijken we ook de ervaringen van een aantal intermediairen en tot slot eindigen we met een aantal aanbevelingen en adviezen voor het inzetten van 'intermediary frameworks'.

Wij hopen dat u onze bachelorproef met plezier zal lezen en dat ons verkennend onderzoek een aanzet kan zijn voor verder onderzoek naar de communicatie van de Europese Unie in de toekomst. Confucius, een Chinese filosoof, zei ooit "*Choose a job you love, and you will never have to work a day in your life.*" Wij hebben een onderwerp gekozen waar we gepassioneerd en vol overgave aan gewerkt hebben en zo was het voor ons niet alleen hard werken, maar onszelf ook verrijken over een onderwerp dat ons beiden interesseert en eigenlijk dichter bij ons staat dan we zelf gedacht hadden.

## Management summary

### 1. ONDERZOEKSOPZET

Voor onze bachelorproef bestuderen we via een **verkennend onderzoek** de communicatie van de Europese Unie en **de mogelijkheden die intermediary frameworks** bieden voor het versterken van de communicatie van de EU naar de burger. In ons verkennend onderzoek wilden we in de eerste plaats de huidige organisatie van de communicatie van de EU in kaart brengen door een inzicht te verwerven in de doelgroepen, doelstellingen en instellingen van de EU. In tweede instantie wilden we definiëren wat intermediary frameworks zijn, welke mogelijkheden ze bieden en hoe die het effectiefst kunnen worden ingezet. We leggen de focus op het in kaart brengen van officiële intermediary frameworks van de EU en het weergeven van intermediary frameworks in Vlaanderen. Er zijn **twee hoofdvragen** in ons verkennend onderzoek:

- In welke mate bieden 'intermediary frameworks' potentieel voor het versterken van Europese Overheidscommunicatie?
- Welk adviezen kunnen we geven aan de Europese overheden met betrekking tot de concrete inzet van die 'intermediary frameworks' in hun communicatiebeleid (met de focus op Vlaanderen)?

Hieruit werden een aantal **deelvragen** afgeleid die ons doorheen het onderzoek sturen:

- Wat zijn de belangrijkste EU-instellingen voor de burger?
- Wie of wat wil de EU bereiken met haar communicatie? (doelen en doelgroepen)
- Hoe wordt de communicatie georganiseerd en welke rol speelt de Vertegenwoordiging van de Commissie in België hierin?
- Wat zijn intermediary frameworks? Welke zijn er voor de EU? Welke zijn er in België?
- In welke mate wordt er al met intermediairen gewerkt? (Door de Vlaamse en Europese overheid) Hoe? Voorbeelden?
- Hoe verloopt die samenwerking met intermediary frameworks? Wat zijn de ervaringen? (Succes- en faalfactoren)
- Adviezen voor EU over het al dan niet inzetten en hoe dit best kan worden aangepakt.

#### Onderzoeksmethode

Voor ons verkennend onderzoek ligt de focus op het gebruik van kwalitatieve onderzoeksmethodes. Naast deskresearch en een literatuurstudie van **officiële bronnen van de EU en wetenschappelijke vakliteratuur**, hebben we **diepte-interviews** afgenomen van sleutelfiguren uit Europese overheidsinstellingen. Daarnaast hadden we ook **interviews** met organisaties die potentiële intermediary frameworks kunnen zijn en die al enigszins met de EU in contact staan. Ten slotte checken we via een **expertgroep** onze bevindingen en adviezen.

### 2. COMMUNICATIE VAN DE EU

#### Communicatiedoelen

De kern is dat de EU een beter beeld wil creëren van de samenwerking en samenhang van de verschillende EU-instellingen en activiteiten en op die manier door de burger gezien wil worden als een eenheid. Dit moet ervoor zorgen dat de stroom aan informatie duidelijker en verstaanbaarder wordt voor de Europese burgers. Deze kern is op te splitsen in volgende algemene doelstellingen:

- **Burgers de macht geven:**  
De EU wil de burger de kans geven tot het deelnemen aan debatten en hen betrekken bij het beleid als actieve EU-burgers. Hiervoor is lokalisering van de communicatie nodig die de EU probeert te verwezenlijken via haar informatienetwerken.
- **Europese gemeenschap creëren:**  
Europese beleidsveranderingen worden vaak vanuit een nationaal standpunt gecommuniceerd. De EU

stelt daarom dat de samenwerking met nationale overheden van de lidstaten versterking nodig heeft. Ook de eigen EU-kanalen moeten meer op elkaar worden afgestemd om de vraag naar info efficiënter te kunnen beantwoorden. Hierbij is vooral de Europa-site een werkpunt om deze interactiever te maken. De EU wil in de toekomst organisaties onafhankelijk van de EU (intermediary frameworks) aanspreken als mogelijke infodiensten en de EU wil meer luisteren naar de publieke opinie voor verbetering van het beleid (op basis van Eurobarometer en Europe Direct, ...).

- **Versterking van samenwerking:**

Alle Europese instellingen en autoriteiten binnen de lidstaten die communiceren over Europa doen dit op hun eigen manier. Een duidelijke stroomlijning van de communicatie en samenwerking van de instellingen kan de informatievloed overzichtelijker maken. Met de verschillende lidstaten wordt gewerkt aan management partnerschappen en ook binnen de EU-instellingen wordt de samenwerking aangesterkt. Een algemene samenwerking moet resulteren in een inter-institutionele communicatieovereenkomst om de samenleving zo efficiënt mogelijk op de hoogte te houden.

Voor 2012 heeft de EU een aantal specifieke doelstellingen uitgestippeld. Deze hebben betrekking op de relevantie van de boodschappen, focus op de ontwikkeling van de interne markt, het begeleiden naar een duurzamer leven en immigratie en demografische uitdagingen. Deze punten worden door iedere lidstaat in een communicatieplan gegoten.

### **Communicatiedoelgroepen**

Per lidstaat kiest de Commissie de belangrijkste groepen uit. Het 'grote' publiek is steeds de belangrijkste doelgroep. Andere doelgroepen zijn:

- Stakeholders en het middenveldorganisaties
- jongeren
- Geïnteresseerden in de EU
- De Pers

Men moet hierbij wel in het achterhoofd houden dat de Commissie zelf andere doelgroepen heeft dan de Vertegenwoordigingen van de Commissie in elke lidstaat. Waar de eerste eerder politiek gericht, en vooral algemeen via de pers communiceert, zal de Vertegenwoordiging meer lokaal en direct met het publiek communiceren. De communicatie wordt verder georganiseerd door de verschillende Directoraten-Generaal die elk over hun eigen onderwerp en met eigen doelgroepen zullen communiceren. Dit gebeurt in samenwerking met het Directoraat-Generaal Communicatie (DG-COMM).

## **3. INTERMEDIARY FRAMEWORKS**

### **Definiëring van een intermediary framework**

Een intermediary framework is een medium dat de top van de samenleving verbindt met de basis. Toegepast op ons onderzoeksonderwerp, de EU, is een intermediary framework **een organisatie die een brug vormt tussen de EU en de burger** en die de informatie van de EU doorgeeft aan de burger. Een intermediary framework is een onafhankelijke organisatie van de EU met eigen doelstellingen en een eigen beleid. Het biedt ook de mogelijkheid tot tweerichtingsverkeer. Een intermediary framework kan ook verschillende vormen aannemen. Het kan een lagere overheidsinstantie zijn, een NGO, een profitorganisatie of een brancheorganisatie.

### **Voorbeelden van intermediary frameworks op Europees vlak**

- **Officiële intermediary frameworks van de EU:** EESC, EURES, SOLVIT, EUROPA DIRECT, , EURAXES, EUROGUIDANCE, ... Dit zijn allemaal instellingen die vanuit de EU zijn opgericht, toch zijn deze ook te zien als intermediar omdat ze onafhankelijk werken. Ze worden enkel gecontroleerd door de EU.
- **Onofficiële intermediary frameworks in België:**
  - **Belgische overheidsinstellingen op Federaal, Vlaams, provinciaal en lokaal niveau:**  
Op federaal niveau: Ministerie van Buitenlandse zaken, BIVV, ...  
Op Vlaams niveau: CultuurNet Vlaanderen, onderwijsinstellingen, VDAB, ...

Op provinciaal niveau: VVP, provincie, Europe Direct, ...

Op lokaal niveau: VVSG, intercommunales, ...

- **Brancheorganisaties** zoals Boerenbond, UNIZO, Vzw Toeristische Attracties, ...
- **NGO's: NGO's al Europapromotor en NGO als niet-Europapromotor:**  
NGO's als EU-promotor: VLEVA, Ryckvelde, ...  
NGO's als niet-EU-promotor: ACW, mutualiteiten, Amnesty International, ...

#### **Zeven functies van een intermediary framework**

- **De 'doorgeefluikfunctie'.** Een intermediair krijgt informatie door van de EU en geeft deze op zijn beurt door aan zijn doelgroep. Een intermediary framework is op die manier hulpverlenend.
- **De 'springplankfunctie'.** Een intermediair gaat de informatie die het krijgt vaak herwerken tot bruikbare en begrijpelijke informatie voor zijn doelgroep, op die manier maakt het de informatie meer op maat van zijn doelgroep en tilt het de informatie bij wijze van spreke naar een hoger niveau.
- **De 'societal relief'-functie.** Een intermediary framework kan zijn eigen invulling geven aan de informatie van de EU. Zo kan het een opvoedende rol spelen en probeert het zijn doelpubliek te beïnvloeden en te beleren om zo zijn eigen situatie en doel duidelijk te maken. Omgekeerd kan ook de burger zijn wensen, problemen, bedenkingen, ... doorgeven aan de intermediair en deze proberen te beïnvloeden.
- **De 'radarfunctie'.** Een intermediair fungeert vaak als een antenne die zaken opvangt en doorgeeft. Enerzijds vangen ze informatie op van de EU-instellingen en geven dit door aan de burger. Anderzijds vangen ze zaken (noden, informatiebehoeften, opmerkingen) op bij hun doelpubliek en geven ze dit op hun beurt door aan de EU-instellingen.
- **De 'gatekeeping'-functie.** Een intermediair bepaalt welke informatie van de EU hij doorgeeft en dewelke niet en in welke vorm hij dat doet. Hij kan zelf beslissen om zaken toe te voegen, weg te laten of aan te passen. Omgekeerd geldt hetzelfde. Als de intermediair informatie doorkrijgt van de burgers dan bepalen het ook welke informatie het wel of niet doorgeeft en in welke vorm.
- **De 'replacement'-functie.** Een intermediary framework vertegenwoordigt de EU bij de burger en de burger bij de EU. Het spreekt dus vaak in hun naam en zo heeft een intermediair een plaatsvervangende functie omdat het opkomt voor de belangen van ofwel de zender of de ontvanger.
- **Directe interactie.** De zender, de EU, kan ervoor kiezen om rechtstreeks met een intermediair te communiceren zonder een andere intermediair in te schakelen en ook omgekeerd kan dit voorvallen. De intermediair kan rechtstreeks de EU in contacteren. Meestal gebeurt dit via telefoon, e-mail, de post, ...

#### **Belangrijkste voordelen bij de inzet van een intermediary framework**

- Het zorgt voor een groter bereik. Een intermediary framework staat immers veel dichter bij de burger en daardoor is de kans veel groter dat een burger informatie van de EU doorkrijgt dan wanneer de EU zelf zou communiceren.
- Het zorgt ervoor dat informatie aan heel specifieke doelgroepen wordt doorgegeven.
- Een intermediary framework zorgt voor communicatie op maat van de doelgroep. Het past immers de boodschappen van de EU op maat aan.
- Een IMF kent zijn doelgroep als geen ander en weet perfect hoe hij die moet benaderen met welke boodschappen en op welke manier.
- De informatie die van een intermediary framework komt, wordt als geloofwaardiger beschouwd. In een externe bron stelt de burger immers meer vertrouwen.
- De EU kan zaken (noden, informatiebehoeften, opmerkingen) opvangen en detecteren via intermediary frameworks.

#### 4. BELANGRIJKSTE BEVINDINGEN EN ADVIEZEN

##### AANBEVELING 1: OPTIMALISEREN VAN DE COMMUNICATIE VAN DE EU

- **Bevinding:** De EU staat te ver van de burger.  
**Citaat:** Uit de expertgroep: *“Voor veel mensen is Europa een ver van mijn bed show. Ik heb niet het gevoel dat de EU op één of andere manier met mij communiceert.”*  
**Bevinding:** De manier waarop de EU communiceert (de verwarrende EU-website, de onpersoonlijke en ongestructureerde boodschappen, ...) maakt de afstand nog groter. Er wordt ook veel geld uitgegeven aan dure drukwerken die communicatietechnisch goed in elkaar zitten, maar die de burger niet bereiken.  
**Citaat:** Uit een interview met een medewerker van VLEVA: *“Alles wat ze zelf zeggen blijft heel droog, formeel en ongestructureerd, hiërarchisch goedgekeurd. “Alle punten en komma’s die staan daar juist.”*  
**Citaat:** *“Er zijn wel leuke doelgroepgerichte dingen maar die zijn naar mijn gevoel te knap en eigenlijk te chique. Zo professioneel gemaakt dat het eigenlijk de afstand groter maakt.”*  
**Citaat:** *“Mooie publicaties blijven hangen in het wereldje van mensen die al geïnteresseerd zijn in die communicatie en bereiken helaas geen publiek daarbuiten.”*  
**Aanbeveling:** We raden aan om in de toekomst te onderzoeken hoe de kloof gedicht kan worden. Het is ook een goed idee om het gebruik van de drukwerken te evalueren en na te gaan hoe die ervaren worden.
- **Bevinding:** Het lijkt alsof de EU niet eerst kijkt naar wat de burger wil, maar eerder gaat uitzenden wat zij zelf het liefst gecommuniceerd ziet, zonder daarbij rekening te houden met de noden van de doelgroep.  
**Citaat:** *“Zij communiceren ook heel institutioneel, ze vertrekken niet vanuit de interesse van de burger. Ze duwen hun werking en hun structuren naar buiten.”*  
**Aanbeveling:** De behoeften van de burger moeten in kaart gebracht worden.
- **Bevinding:** De EU is ook ver verwijderd van lagere overheidsinstanties. Lagere overheidsinstanties willen graag maar doen voor de EU, ook de EU zelf wil hen in de toekomst meer betrekken.  
**Citaat:** Uit een interview met een medewerker van de stad Mechelen:  
*“Momenteel is er een te grote afstand tussen de stad en de EU. Ik heb momenteel zelf ook echt geen idee welke instanties er allemaal zijn.”*  
**Aanbeveling:** We denken dat het interessant kan zijn om in de toekomst te onderzoeken hoe men de lidstaten beter kan betrekken bij het communiceren over de EU.
- **Bevinding:** De beleidsveranderingen van de EU bereiken de burger meestal pas als ze al zijn omgevormd tot specifiek Belgisch of Vlaams beleid, er is voor de burger dan ook geen duidelijk beeld van wat de EU nu juist voor hen doet.  
**Citaat:** *“Het grote probleem is dat de lidstaten en hun overheden niet duidelijk genoeg maken dat beleid wordt beslist door de EU. Het heeft een invloed op ons dagelijks leven en niemand beseft het.”*  
**Aanbeveling:** De samenwerking tussen de overheden in de lidstaten en de EU moet verbeterd worden en de overheden in de lidstaten moeten zelf een grote rol gaan spelen in de communicatie over de EU.
- **Bevinding:** De EU heeft een versnipperde communicatie.  
**Citaat:** Uit een interview met een medewerker van VLEVA:  
*“Europa zelf communiceert niet, maar wel vanuit alle mogelijke departementen en agentschappen wat maakt dat honderden sites per dag moeten worden nagekeken voor de belangrijkste info.”*  
**Aanbeveling:** Een sterkere stroomlijning is nodig in de communicatie van de verschillende EU-instellingen.

- **Bevinding:** Het EU-logo is herkenbaar.  
**Aanbeveling:** In de toekomst is het misschien een goed idee om dat logo nog meer te gebruiken en misschien te evolueren naar één logo voor al de EU-instellingen.
- **Bevinding:** De EU communiceert soms hele wetteksten of regels.
- **Aanbeveling:** Het is belangrijk om ook te verantwoorden waarom bepaalde regels of wetgeving er gekomen is.

#### AANBEVELING 2: ONDERZOEK OF HET IMAGOPROBLEEM DE COMMUNICATIE SCHAADT

- **Bevinding:** De EU doet vandaag al veel om de kloof tussen hen en de burger te dichten, toch blijft er een grote afstand tussen hen en de burger. We merken ook dat mensen niet voldoende vertrouwen hebben in de EU. Bij het opzoeken van informatie gaan de EU-instellingen vaak niet de eerste keuze zijn doordat de burger deze bron als minder objectief beschouwd. Daarom stellen we ons de vraag of het imagoprobleem van de EU aan de basis voor de kloof kan liggen. Als het vertrouwen en het imago niet goed zitten, dan nemen mensen ook de boodschappen van de EU niet aan.  
**Citaat:** Uit de expertgroep: *“Je mag communiceren wat je wilt, als het basisvertrouwen er niet is, dan lukt het toch niet.”*  
**Citaat:** *“Mensen zijn vaak argwanend tegenover de EU. Een boer gaat liefst informatie inwinnen bij de Boerenbond, een natuurliefhebber liever bij Greenpeace, ... ze gaan niet naar de EU-kanalen.”*  
**Aanbeveling:** We raden aan om te onderzoeken of het imagoprobleem een reden kan zijn waarom de communicatie-inspanningen niet voldoende renderen.

#### AANBEVELING 3: SAMENWERKING MET INTERMEDIARY FRAMEWORKS VOOR COMMUNICATIE

- **Bevinding:** het gebruik van intermediary frameworks biedt tal van voordelen en het kan ervoor zorgen dat de EU haar doelgroepen beter kan bereiken en haar doelen beter kan realiseren. Het kan een mogelijk deel van de oplossing zijn om de kloof tussen de EU en de burger te dichten.  
**Citaat:** Uit onze expertgroep: *“Als gewone burger heb ik niet echt iets te zoeken op de site van de EU. Ik zal sneller de site van een organisatie dicht bij mij bezoeken.”*  
**Citaat:** Uit onze expertgroep: *“Ik ken een concreet voorbeeld uit de praktijk waarin intermediairen op lokaal niveau hun nut bewezen hebben. In de stad Antwerpen hebben ze een systeem om met hun wijken te overleggen en daar werden ook andere organisaties bij betrokken. Op een bepaald moment hebben ze beslist om die middenveldorganisaties niet langer te betrekken. Ze wilden rechtstreeks de burger bereiken. Ze wilden niet dat die organisaties de informatie kleurden. Ze dachten dat het wel zou lukken als ze rechtstreeks zouden communiceren. Uiteindelijk zorgde dat ervoor dat er meer protestacties waren en er meer tegenwerking was, en dat er veel minder burgers bereikt werden. Ze zijn op hun beslissing teruggekomen. De competentie van intermediary frameworks is groot. De communicatie van die intermediary frameworks maken de vertaalslag van de informatie van de overheid. De intermediairen kennen hun doelgroep en vertalen het op hun maat. Dat heeft een grote meerwaarde. Dat heeft veel meer invloed en een groter bereik. Die verkleuring moet je er dus best bijnemen en is miniem in vergelijking met het tegenvallende bereik als je ze weglaat.”*  
**Aanbeveling:** Intermediairen inzetten in de toekomst.

#### AANBEVELING 4: EEN BELEID VOOR INTERMEDIARY FRAMEWORKS

- **Bevinding:** Er is al onderzoek naar intermediary frameworks gebeurt, maar het is nodig om dit verder op punt te zetten en hen **in kaart te brengen** als men hen wil opnemen in het communicatiebeleid van de EU.  
**Aanbeveling:** We willen de EU aanraden om een beleid rond de samenwerking met intermediary frameworks te ontwikkelen de intermediairen moeten in kaart gebracht worden. Het lijkt ons opportuun om een uitgebreider onderzoek te voeren naar mogelijke intermediary frameworks. Men

moet achterhalen welke mogelijke intermediaren er zijn, wie hun doelgroep is, wat hun interesses zijn en welke behoeften ze hebben.

**Aanbeveling:** Tijdens de inventarisatie is het ook aangeraden om vast te leggen welke mogelijke functies de frameworks reeds vervullen en welke functies zij zouden kunnen vervullen in de toekomst.

**Aanbeveling:** We willen ook aanbevelen om te bestuderen in hoeverre de intermediary frameworks informatie doorgeven. Het is belangrijk een inzicht te verkrijgen in de mate waarop de EU-informatie in hun activiteiten en communicatie opnemen (maandelijks, vier keer per jaar, wekelijks, ...)?

- **Bevinding:** Na de inventarisatie is het ook belangrijk om een communicatiebeleid te ontwikkelen op maat van de intermediary frameworks. De frameworks moeten **aangepaste boodschappen** krijgen. Vandaag krijgen de intermediaren een overload aan informatie waarin ze hun weg kwijtraken. Ze weten niet voor wie iets bedoeld is of wat er in de toegestuurde informatie allemaal staat.

**Citaat:** Uit een interview met een medewerker van de stad Mechelen: *“Het is voor mij heel belangrijk dat er duidelijk vermeld wordt voor welke doelgroep de informatie bestemd is en ook het onderwerp moet duidelijk zijn. Soms moet je zelf heel veel tijd besteden om te achterhalen wat nu juist de informatie inhoudt dat je toegestuurd krijgt en voor wie het bedoeld is.”*

**Citaat:** Uit een interview met een medewerker van de Vlaamse Overheid:

*“Een boodschap per keer alstublieft. Je kan maar een boodschap krachtig brengen. Als je er drie brengt dan krijgt elke boodschap nog maar een derde van de aandacht. Op die manier komt geen enkele aan.”*

**Aanbeveling:** De communicatie naar de intermediaren moet gestructureerd en gedoseerd verlopen. Men moet rekening houden met de behoeften van de intermediair en op basis daarvan informeren. De informatieoverload moet afgebouwd worden.

- **Bevinding:** De indeling die vandaag gemaakt wordt voor intermediaren is vaak te algemeen, zo zijn er ontzettend veel verschillende categorieën van NGO's terug te vinden.

**Aanbeveling:** de intermediary frameworks en dan vooral de NGO's moeten fijnmaziger ingedeeld worden.

## **AANBEVELING 5: BOODSCHAPPEN KUNNEN LOSLATEN**

- **Bevinding:** De EU behoudt graag controle over haar boodschappen. Als er intermediaren ingezet worden dan moet de EU die controle voor een stuk ook uit handen geven. Dit gebeurt al voor een stuk via de pers.

**Aanbeveling:** De EU moet de controle meer aan anderen durven afgeven.

- **Bevinding:** Intermediary frameworks passen de informatie van de EU aan. Ze selecteren, maken op maat van de doelgroep en drukken hun stempel op de informatie. Op die manier wordt de informatie gekleurd.

**Citaat:** Uit een interview met een medewerker van de Europese Commissie: *“Ik ben zeker voor een samenwerking met intermediary frameworks. Het is dan wel gekleurde informatie, maar op een gegeven moment moet zo iets gigantisch als de EU kunnen loslaten en de informatie zijn eigen leven laten leiden.”*

**Aanbeveling:** De EU moet een afweging maken of ze de kleuring erg vinden of niet. Door de intermediaren krijg je een doelgerichte communicatie en een groter bereik. De EU moet kiezen tussen ofwel minder burgers bereiken met 100% juiste informatie of meer burgers bereiken met gekleurde informatie.



## 1. Situering onderzoek

### 1.1 Doelstellingen en onderzoeksvragen

Voor onze bachelorproef onderzoeken we de communicatie van Europese instellingen en bekijken we welke mogelijkheden er zijn op het vlak van de Europese Unie haar communicatie naar de burger. Hierbij hebben we een aantal concrete doelstellingen en onderzoeksvragen die we aan het eind van ons onderzoek willen beantwoorden.

#### 1.1.1 Aanleiding

Het onderzoekscentrum Memori voorziet om tegen begin 2013 een voorstel uit te werken in het kader van het Europese 7th Framework programma. In Nederland werken de Universiteit van Twente en de Hogeschool Utrecht hieraan mee, in Duitsland is dat de MHMK University for Media and Communication (Berlijn). Deze partners wensen hiermee een omvattend project op te zetten om na te gaan wat in verschillende Europese landen het potentieel van zogenaamde 'intermediary frameworks' is in de context van de communicatie van de Europese overheid.

Memori is een onderzoeks- en expertisecentrum van de hogeschool Lessius Mechelen. Memori is opgericht in 1997 en realiseert praktijkgericht onderzoek, wetenschappelijke dienstverlening en vorming op het vlak van communicatie en marketing. Daarbij wordt extra aandacht besteed aan de dimensies nieuwe media, sociale inclusie en participatie.<sup>1</sup>

Op vraag van Memori wordt deze paper een verkennend onderzoek naar wat 'intermediary frameworks' zijn in Vlaanderen, hun houding ten opzichte van Europa en hun bereidheid om een intermediaire rol te vervullen tussen de Europese instellingen en haar burgers.

#### 1.1.2 Doelstellingen onderzoek

Via een uitgebreid verkennend onderzoek willen we een inzicht verwerven in het huidige communicatiebeleid van Europese instellingen en in intermediary frameworks. We willen ook achterhalen in welke mate intermediary frameworks gebruikt kunnen worden om de communicatie van Europese instellingen tot bij de burger te brengen. Aan het einde van dit onderzoek is het de bedoeling om aan de hand van de resultaten een aantal adviezen op te stellen voor de Europese overheden. Hierin kan worden uitgelegd hoe die intermediary frameworks kunnen bijdragen in de communicatie. We richten ons bij dit onderzoek voornamelijk op Vlaanderen.

## 1.2 Situatieschets

### 1.2.1 De Europese Unie

De Europese Unie (EU) is een samenwerkingsverband tussen 27 landen in Europa dat ontstond in de jaren vijftig. De afspraken die toen werden gemaakt zouden de economie van de verschillende landen ten goede komen. Ondertussen, vijftig jaar later, is deze samenwerking uitgegroeid tot een monetaire unie waarin de verschillende lidstaten zowel economisch als politiek, sociaal, cultureel en op alle andere beleidsterreinen met elkaar kunnen samenwerken.

---

<sup>1</sup> Memori (2012). *Expertisecentrum: Communicatie, Innovatie en Inclusie* (brochure).

De lidstaten beslissen democratisch over de aanvaarding van verdragen die vanuit de EU worden opgesteld, wat wil zeggen dat ze een organisatie is die als rechtstaat te werk gaat. Alle 27 lidstaten zijn gebonden aan deze afspraken na de ondertekening van het Verdrag van Lissabon<sup>2</sup>. De principes van de EU zijn sinds 2009 vastgelegd in het 'Handvest van de grondrechten' waaraan de lidstaten zich verplicht moeten houden.

Ook de EU instellingen volgen deze afspraken en zijn democratisch en vooral transparant ingesteld. Door de bevoegdheden van de regering vooral bij het parlement te leggen krijgt de burger de kans om actief deel te nemen aan het beleid. (Over de EU – basisinformatie)

### 1.2.2 Onderzoeksonderwerp

De EU staat dagelijks in voor het goede bestuur van de lidstaten. Haar instellingen werken elke dag aan nieuwe wetsvoorstellen, initiatieven en ideeën om Europa er als geheel op vooruit te laten gaan. Zo heeft de EU ervoor gezorgd dat sinds februari 2011 de adapters voor mobiele telefoontoestellen universeel moeten zijn. Een maatregel die het niet alleen de consument makkelijker moet maken, maar ook goed is voor het milieu. Toch komt het vaak voor dat de burger niet weet dat zulke initiatieven van de EU komen. Men denkt vaak foutief dat het regelgeving is die afkomstig is uit eigen land. Het is duidelijk dat de Europese instellingen hun informatie niet altijd bij de burger krijgen terwijl in werkelijkheid de EU wel verantwoordelijk is voor zowat 70% van onze regelgeving. Europese overheidscommunicatie richt zich vandaag nog te vaak uitsluitend op de pers en media. (Coördinator bij Europe Direct Antwerpen, persoonlijke communicatie, 29 februari 2012)

Hoewel Europa al sterk gemoderniseerd is wat betreft het communicatiebeleid, is het vandaag meer dan ooit een uitdaging om de burger te bereiken. Meer en meer groeit dan ook het besef om andere doelgroepen en invalshoeken aan te wenden om de burger efficiënt te bereiken.<sup>3</sup> Naar aanleiding hiervan bestudeert men de inzet van zogenaamde intermediary frameworks. Deze intermediaire kaders zijn nationale, regionale en lokale instellingen die potentieel mee de Europese communicatieboodschap kunnen doorgeven of deze zelfs "vertalen" naar verschillende doelgroepen of hun achterban. Zo zou bijvoorbeeld een gemeentebestuur via haar website rond specifieke thema's (bvb. met betrekking tot milieu) voor burgers relevante Europese overheidsinformatie kunnen aanbieden. Een mutualiteit zou bijvoorbeeld in haar tijdschrift relevante Europese informatie m.b.t. gezondheid kunnen geven.

### 1.2.3 Onderzoeksvragen

#### 1.2.3.1 Hoofdvragen

De kern van dit onderzoek is samen te vatten in twee belangrijke onderzoeksvragen of onderwerpen:

- In welke mate bieden intermediary frameworks potentieel voor het versterken van Europese overheidscommunicatie?
- Welk advies geef je aan de Europese overheden met betrekking tot de concrete inzet van intermediary frameworks in hun communicatiebeleid?

---

<sup>2</sup> Verdrag van Lissabon – Wordt besproken in hoofdstuk 2.1.4.6

<sup>3</sup> (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie (2009).; Action Plan to improve Communicating Europe by the Commission (2005).; White Paper on a European Communication Policy (2006).; EU common Communication priorities for 2012 (2011). )

### **1.2.3.2 Deelvragen**

Vanuit die kernvraag kunnen we een aantal specifieke deelvragen te onderscheiden die ons meer doelgericht te werk laten gaan tijdens het onderzoek:

- Welke zijn vanuit het perspectief van een gewone burger de belangrijkste Europese overheidsinstellingen?
- Wat en wie wensen deze Europese overheidsinstellingen te bereiken met hun communicatie? Welke communicatiedoelen hebben zij? Naar welke doelgroepen richten ze zich?
- Hoe is de communicatie van deze Europese overheidsinstellingen georganiseerd? Wat is de rol hierin van de Vertegenwoordiging van de Europese Commissie in België?
- Wat zijn “intermediary frameworks”? Welke zijn er voor de EU en voor België?
- In welke mate wordt er op dit moment al met zulke intermediary frameworks samengewerkt door Vlaamse en Europese overheid? Hoe doen ze dit? Welke voorbeelden zijn er?
- Hoe verloopt die samenwerking met intermediary frameworks? Wat zijn de ervaringen?
- Welke succes- en faalfactoren stellen zich bij een samenwerking met deze frameworks?
- Welke adviezen en bevindingen kunnen worden gegeven aan de Europese Unie over het communicatiebeleid en het al dan niet inzetten van intermediary frameworks? Hoe wordt die samenwerking het best aangepakt?

## **1.3 Onderzoeksopzet**

Bij een eerste verkennend onderzoek maken we gebruik van deskresearch waarna we op zoek gaan naar eerdere studies en naslagwerken over de communicatie van de EU. We bekijken online en offline bronnen en ondersteunen dit met diepte-interviews.

We kiezen voor deze interviews om een beter inzicht te krijgen in de noden en mogelijkheden die er zijn wat betreft de communicatie van de EU naar de burgers. We onderzoeken hoe intermediary frameworks in deze noden een oplossing kunnen bieden en hoe ze efficiënt kunnen worden ingezet. Onze bevindingen checken we vervolgens bij een groep communicatiedeskundigen (expertgroep). Door een triangulering van verschillende onderzoeksmethoden neemt de validiteit van ons onderzoek toe.

### **1.3.1 Literatuurstudie**

We gaan op zoek naar informatie in zowel online als offline bronnen om een duidelijker zicht te krijgen op de opbouw van de EU. Naslagwerken en eerdere studies en bevindingen over de communicatie van de verschillende instellingen van de EU kunnen ons een vertrekpunt geven om ons verdere onderzoek op te baseren. Om een beter zicht te krijgen op wat er al beschikbaar is van media en wat voor boodschappen de EU deelt met de burgers, bestuderen we ook huidige communicatie-uitingen van de EU en haar instellingen.

### **1.3.2 Kwalitatief onderzoek**

Een bewuste keuze van personen die we ondervragen is noodzakelijk om een juiste situatieschets te verkrijgen. Een eerste groep respondenten hierbij bestaat uit sleutelfiguren uit verschillende Europese en Belgische organisaties met elk de nodige kennis van hun vakgebied. Daarnaast is er een

tweede groep, deze zijn experts in communicatieonderzoek en kunnen ons raad en adviezen geven over ons eigen onderzoek.

### **1.3.2.1 Diepte-interviews**

De diepte-interviews zijn belangrijke elementen in ons onderzoek. Ze geven ons de mogelijkheid om een concreet en diepgaand inzicht te krijgen in de communicatie van en over Europa. We gaan op zoek naar respondenten die over dit onderwerp veel te vertellen hebben en die hierin thuis zijn. De respondenten kunnen opnieuw onderverdeeld worden in twee verschillende groepen op basis van wat we onderzoeken. We spreken met:

- Sleutelfiguren in communicatie vanuit de **Europese instellingen**. Dit wil zeggen dat deze groep te werk is gesteld in de EU of één van haar instellingen in België. Zij kunnen ons informatie en duidelijkheid geven over de communicatie in de EU en duidelijk maken welke noden er zijn op het vlak van het communiceren naar de Europese burgers. Zo doen we interviews met mensen die tewerkgesteld zijn bij de Europese Commissie en het Europees Parlement en die ons meer inzicht kunnen geven in het communicatiebeleid. Ook voeren we gesprekken met personen die tewerkgesteld zijn bij de Vertegenwoordiging van de Commissie in België en het Informatiebureau van het Parlement in Nederland. Verder spreken we ook met twee Europe Directs<sup>4</sup> en met een werknemer uit het Vlaams Europees Verbindingsagentschap (VLEVA).
- Sleutelfiguren in communicatie van mogelijke **intermediary frameworks**. Dit wil zeggen dat deze respondenten te werk zijn gesteld in een organisatie die niet rechtstreeks met de EU verbonden zijn en hun eigen communicatiedoelstellingen hebben. Ze kunnen nochtans wel een samenwerkingsverband aangaan met de EU en als doorgeefluik voor bepaalde boodschappen van de EU fungeren. Onder deze interviews vallen organisaties als de Boerenbond, Stichting Ryckvelde, Vereniging Vlaamse Steden en Gemeenten (VVSG), etc.

De personen die we contacteren vinden we door een aantal aanknopingscontacten die we vooral via onze promotor Eric Goubin krijgen. Verder zoeken we zelf bij de desbetreffende instanties naar contacten. Via de interviews leren we ook telkens nieuwe aanknopingspunten kennen en leggen we nieuwe contacten die ons andere inzichten kunnen geven.

### **1.3.2.2 Expertgroep met experts van onderzoekscentrum Memori**

Na ons eigen onderzoek en het samenvoegen van al onze bevindingen organiseren we een expertgroep met leden van Memori. Zij hebben elk hun ervaring in communicatieonderzoek en hebben al aan Europese projecten meegewerkt. Ze kunnen ons hun inzichten geven in de door ons bekomen informatie. Zo'n expertgroep houdt in dat we een gesprek of discussie aangaan met de verschillende deelnemers. De verschillende bevindingen uit het onderzoek worden aangehaald en door de experts besproken. Zij geven advies en hun eigen inzichten en kunnen ons hierbij een nieuwe kijk op resultaten geven. Extra uitleg over de vier deelnemende experts is terug te vinden in bijlage 2.

De expertgroep werd georganiseerd via onze promotor Eric Goubin, hij maakte voor ons een keuze uit zijn team van experts die elk op hun manier een extra inzicht in ons onderzoek kunnen geven.

---

<sup>4</sup> Europe Direct is een informatiecentrum opgericht door de EU, ze hebben vestigingen in de verschillende lidstaten. Voor België is er een vestiging per provincie waar burgers terecht kunnen voor informatie en met hun vragen. Europe Direct wordt uitgebreid besproken in hoofdstuk 6.2.3.1.

## 2. Europa en haar instellingen

### 2.1 Europese Unie

De Europese Unie (EU) is een samenwerkingsverband tussen 27 democratische landen in Europa dat ontstond in de jaren vijftig en ijvert voor een verbetering van het leven van de burgers in de lidstaten. De EU heeft ongeveer 500 miljoen inwoners ( de Europese Unie, 2012).

#### 2.1.1 Ontstaan

Vijftig jaar na het ontstaan van de EU, is deze samenwerking uitgegroeid tot een monetaire unie waarin de verschillende democratische lidstaten zowel economisch als politiek, sociaal, cultureel en op alle andere beleidsterreinen met elkaar kunnen samenwerken. Dit was niet altijd het geval en er is een hele weg afgelegd sinds de laatste twee wereldoorlogen (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2010, pp.28-30; de Europese Unie, 2012).

##### 2.1.1.1 Jean Monnet en de EGKS

Het ontstaan van de Europese Unie begint op 9 mei 1950, alleen heeft het op dat moment nog niet deze naam . Deze dag heeft het ontstaan wel in werking gezet en deze dag staat dan ook gekend als 'Dag van Europa'. Op 9 mei 1950 deed Robert Schuman, minister van Buitenlandse Zaken van Frankrijk, een voorstel dat uiteindelijk het ontstaan van de Europese Unie zou betekenen. Hij deed een voorstel tot samenwerking tussen Europese landen voor kolen en staal. Hij baseerde zijn voorstel op een idee van Jean Monnet. Deze Fransman was een goede vriend van Schuman en hij ontwierp een theorie waarom Europa in zoveel oorlogen terecht was gekomen. Hij bedacht zich dat Europa over heel veel kolen en ijzer beschikte. Volgens Monnet waren dit net de twee grondstoffen die nodig zijn om een oorlog te kunnen voeren. Via ijzer kon men staal produceren en zo tanks, wapens, kogels, ... vervaardigen. Door de overvloed aan kolen had men dan weer energie om fabrieken en spoorwegen aan te drijven. Monnet bedacht dat als alle landen zouden samenwerken en samen beslissingen zouden kunnen nemen, oorlog onmogelijk zou worden. Monnet sprak zijn goede vriend Shuman aan en hij was meteen voor het idee te vinden. In april 1951 was het dan zover en was de oprichting van de Europese Gemeenschap voor Kolen en Staal (EGKS) een feit. West-Duitsland, Frankrijk, België, Nederland, Italië en Luxemburg verbonden zich aan dit verdrag. Dit heet het Verdrag van Parijs. (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2010, p.30; Directoraat-Generaal Communicatie van het Europees Parlement, 2010, p.53).

##### 2.1.1.2 Europese Economische Gemeenschap

De samenwerking tussen deze zes landen gaf de aanzet om ook op andere vlakken te gaan samenwerken. In 1957 werd dan de Europese Economische Gemeenschap (EEG) opgericht. Dit economisch samenwerkingsverband was erop gericht om een onderlinge vrije handel mogelijk te maken zonder grenzen. ( De Europese Unie, 2012; Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2010, p.31).

##### 2.1.1.3 Europese Unie vanaf 1992

Het samenwerkingsverband werkte en ook andere landen merkten dit op en wilden toetreden. In 1973 traden het Verenigd Koninkrijk, Denemarken en Ierland toe. In 1981 volgde Griekenland hun voorbeeld en nog later , in 1986, traden Portugal en Spanje toe. In 1995 voegden ook Oostenrijk,

Finland en Zweden zich bij de club (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2010, p.32; De Europese Unie, 2012).

Doorheen de jaren gingen deze landen ook op andere gebieden samenwerken. Ze ijverden niet alleen voor een vrije markt maar ze werkten ook samen op het vlak van milieu, infrastructuur , reizen, ... Zo kwam de nood aan een nieuwe naam die dit alles kon vervatten en zo ontstond in 1992 officieel de Europese Unie. Na de Val van de Berlijnse Muur in 1989 traden nog heel wat andere landen aan. Sinds 1 januari 2007 maken 27 landen deel uit van de Europese Unie. Figuur 1: De Europese Lidstaten illustreert dit. (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2010, p.33; De Europese Unie, 2012).



Figuur 1: De Europese lidstaten. Overgenomen van Landkaarten (2007), van het Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie. Copyright 2007 door de Europese Gemeenschappen. Afgehaald van <http://ec.europa.eu/publications/booklets/others/58/countries2007/nl.pdf> Overgenomen met toestemming.

België, Duitsland, Frankrijk, Italië, Luxemburg, Nederland, Denemarken, Ierland, Het Verenigd Koninkrijk, Griekenland, Spanje, Portugal, Finland, Oostenrijk, Zweden, Cyprus, Estland, Hongarije, Letland, Litouwen, Malta, Polen, Slovenië, Slowakije, Tsjechië, Bulgarije en Roemenië zijn lid van de Europese Unie. Turkije, Kroatië, Macedonië, Montenegro, Servië en IJsland zijn kandidaat-lidstaat. (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2010, p.33; De Europese Unie, 2012; Fontaine, P., 2010, p.15).

### 2.1.2 Toetreden tot de EU

Volgens het Verdrag van de Europese Unie (Europese Unie, 1992) zitten in artikel 6 en artikel 49 de grondbeginselen van de EU vervat. Volgens deze artikels kan een land toetreden tot de Europese Unie maar dan moet het wel aan de basisbeginselen van de EU voldoen: vrijheid, democratie en respect voor de rechten van de mens. Het land moet ook een rechtstaat zijn (Eur-lex, 1992; Fontaine, P., 2010, pp.15-16; de Europese Unie, 2012).

Als een land aan deze basisbeginselen voldoet dan kan het een aanvraag indienen tot toetreding. Het is de Raad die beslist of ze de aanvraag aanvaarden of niet. De Commissie staat de Raad hierin bij door een evaluatierapport voor te leggen over de kandidaat-lidstaat. Als de Raad de aanvraag tot toetreding aanvaardt dan kan het onderhandelingsproces tussen de lidstaten en het land dat lid wil worden, beginnen. Een reeks van evaluatieprocedures gaat van start en hoelang dit proces duurt hangt af van de vooruitgang van de kandidaat-lidstaat in kwestie. De voorwaarden staan gekend als de 'Kopenhagen criteria'. Deze houden in dat het land een rechtstaat moet zijn dat respect heeft voor de democratie en beschikt over overheidsinstellingen die stabiel zijn. Verder moet het land respect hebben voor mensenrechten en vrijheid. Het is ook belangrijk dat de economie van het land in kwestie gezond is. Het land moet een goed functionerende economie hebben in eigen land en de concurrentie van de Europese markt aankunnen. Tot slot is het belangrijk dat een land in staat is om aan de doelstellingen van de EU, en de verplichtingen die daarbij komen kijken, kan voldoen. Zowel op politiek vlak als op economisch en monetair vlak. Het land moet ook de wetten van de EU aanvaarden en uitvoeren in eigen land (Eur-lex, 1992; de Europese Raad (1993); Fontaine, P., 2010, pp.15-16; de Europese Unie, 2012).

Voldoet een land niet aan deze voorwaarden dan zal het ook niet kunnen toetreden. Het is van cruciaal belang dat een land de gemeenschappelijke doelstellingen bereikt. De toetreding van een land is een langdurig proces. Een kandidaat-lidstaat moet immers de Europese wetten omzetten in nationale wetten en dat vraagt tijd (Eur-lex, 1992; de Europese Raad, 1993; Fontaine, P., 2010, pp.15-16).

### 2.1.3 Bestaansredenen en doelen van de EU

De EU wil het leven in al haar lidstaten beter maken op verschillende manieren en daar ijvert ze elke dag voor. De basisbeginselen van de EU zijn vrijheid, democratie, respect voor mensenrechten en fundamentele vrijheden en eerbiediging van de rechtstaat (Eur-lex, 1992; de Europese Unie, 2012). Alle lidstaten moeten deze basiswaarden nastreven en naleven. De Unie bouwt op een aantal verdragen om deze doelen te realiseren (Fontaine, P., 2010, pp.75-78; Europees Parlement, 2010, pp. 53-55). Meer over deze verdragen is terug te vinden in 2.1.4. De missie en doelen van de EU zijn divers.

#### 2.1.3.1 Vrede

De EU is opgericht met het oog op vrede tussen de lidstaten. Dat is ook meteen een eerste doel dat de EU ook vandaag nog steeds nastreeft. De lidstaten moeten in onderling overleg en transparantie samenwerking zodat oorlog onderling niet meer mogelijk kan zijn (Eur-lex, 1992; de Europese Unie, 2012; Fontaine, P., 2010, p.5).

#### 2.1.3.2 Samenwerking

Daarnaast wil de EU een efficiënte samenwerking tussen de lidstaten bewerkstelligen waarin een vrij verkeer van personen en middelen gegarandeerd wordt. Zo zetten alle landen zich gezamenlijk in

voor het milieu en de bestrijding van de opwarming van de aarde. Of, misschien wel het meest gekende initiatief van de EU, de Euro. Eén munteenheid in meer dan twee derde van de lidstaten. Hierdoor is het veel makkelijk om handel te drijven, te reizen en te winkelen. Het zijn slechts twee voorbeelden van hoe er vandaag al wordt samengewerkt (Eur-lex, 1992; de Europese Unie, 2012; (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2010, pp.28-30; Fontaine, P., 2010, p.5).

### **2.1.3.3 Veiligheid en zekerheid**

Ook ijvert de EU voor veiligheid en zekerheid in haar lidstaten door vrijheid, gerechtigheid en veiligheid na te streven. De EU wil de rechten en de belangen van de lidstaten en hun burgers beschermen door onderling samen te werken (Eur-lex, 1992; de Europese Unie, 2012; Fontaine, P., 2010, p.6).

### **2.1.3.4 Economische en sociale solidariteit**

Verder wil de EU economische en sociale solidariteit promoten onder de lidstaten en de landen daarbuiten. In de Unie zelf ijvert de EU voor economische en sociale vooruitgang. Zo ijvert de Unie mede in dit opzicht voor een hoge tewerkstelling en het tot stand brengen van duurzame ontwikkeling door bijvoorbeeld jobs te creëren en opleidingen te voorzien. Maar ook onderling probeert de EU de lidstaten bij elkaar te brengen en samen naar een gelijk niveau te dragen. Zo vraagt de EU van elke lidstaat een bijdrage en met dat geld worden landen in de Unie geholpen zodat elk land naar hetzelfde niveau kan evolueren. Rijk helpt arm. Buiten de Unie probeert de Unie landen in nood bij te staan. De Unie stuurt dokters, geld, eten, vrijwilligers, ... naar landen in nood (Eur-lex, 1992; de Europese Unie, 2012; Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2010, pp.28-30; Fontaine, P., 2010, pp.6-7).

### **2.1.3.5 Europese identiteit promoten en bewaren**

Wat de EU ook nog nastreeft is haar identiteit op het internationale vlak bevestigen door het voeren van een gemeenschappelijk buitenlands en veiligheidsbeleid. De EU wil ook de lidstaten laten samenwerken zonder de identiteit en eigenheid van een lidstaat te verdringen. Elk land en de Unie in zijn geheel moet zijn eigenheid bewaren in een wereld die steeds groter en meer internationaal wordt. Het is belangrijk de eigenheden en kwaliteiten van elke lidstaat te behouden en samen te brengen zodat er een groter geheel ontstaat. De Unie moet een grotere waarde creëren dan wanneer elke lidstaat apart zou opereren. Zo doet de Europese Unie er bijvoorbeeld alles aan om jongeren zo veel mogelijk buitenlandse ervaring te laten opdoen en in contact te laten komen met andere culturen (Eur-lex, 1992; de Europese Unie, 2012; Fontaine, P., 2010, pp.7-8).

### **2.1.3.6 Waarden promoten en nastreven**

De Europese Unie bouwt op een aantal basisbeginselen. Respect voor mensenrechten, vrijheid, solidariteit, vrije handel, culturele diversiteit, ... het zijn waarden die de EU hoog in het vaandel draagt en nastreeft. Internationaal wil de EU ook erkend worden als een Unie die voor deze waarden staat (Eur-lex, 1992, de Europese Unie, 2012; Fontaine, P., 2010, p.9).

## **2.1.4 De Rol van verdragen in de EU**

De Europese Unie heeft doorheen de laatste 50 jaar veel veranderingen doorlopen. Vaak zorgden verdragen, die gesloten werden tussen de lidstaten, voor deze veranderingen. Een verdrag bevat de doelstellingen van de EU, de regels en wetten voor de EU-organen, het besluitvormingsproces en de



samenwerking tussen de EU en haar lidstaten. De lidstaten beslissen democratisch over de aanvaarding van verdragen die vanuit de EU worden opgesteld, wat wil zeggen dat ze een organisatie is die als rechtstaat te werk gaat. Alle 27 lidstaten zijn gebonden aan deze afspraken na de ondertekening ervan. Het is ook zo dat de Commissie slechts wetsvoorstellen kan doen die betrekking hebben op de onderwerpen die in de verdragen vermeld zijn ( Fontaine, P., 2010, pp.75-78; Het Europees Parlement, 2010, pp.53-55; Europese Gemeenschappen, 2007, pp.5-6).

Het eerste verdrag in de geschiedenis van de EU was het Verdrag van Parijs uit 1952 waarmee de Europese Gemeenschap voor Kolen en Staal (EGKS) werd opgericht. Het Verdrag van Rome uit 1958 volgde hierop. Door dit verdrag werd de Europese Economische Gemeenschap (EEG) en de Europese Gemeenschap voor Atoomenergie (Euratom) opgericht. In 1967 ging het Verdrag van Brussel van kracht. Dit verdrag behandelde de stroomlijning van de Europese instellingen. Zo werd er via het Verdrag besloten dat er één Commissie en één Raad zou worden opgericht voor de drie gemeenschappen op dat moment: de EGKS, de EEG en Euratom. Nog later, in 1993, ging het Verdrag van Maastricht van kracht. Het verdrag zorgde voor de oprichting van de Europese Unie en men besliste toen ook dat men een Economische en Monetaire Unie (EMU) zou vormen met een gemeenschappelijke munteenheid. Ook de Maastrichtnorm<sup>5</sup> werd in dit verdrag uitgewerkt. In 2003 ging het Verdrag van Nice van start. Het Verdrag moest ervoor zorgen dat naarmate de EU groter werd, ze nog steeds goed kon functioneren. Het veranderde de beslissingsprocedures, de Raad kreeg een nieuwe stemprocedure en de samenstelling van de Commissie en het Parlement veranderde. Later in 2004 werd de Europese Grondwet ondertekend door alle lidstaten. Tot slot geldt sinds 2009 het Verdrag van Lissabon dat het functioneren van de EU zou veranderen. Men wilde de EU democratischer maken, de onderlinge samenwerking verbeteren en de EU efficiënter maken. Het Europees Parlement kreeg door het Verdrag meer macht, er is een nieuwe stemprocedure voor de Raad uitgewerkt en er werd uitgewerkt hoe de burger bij het beleid van de EU betrokken kon worden (de Europese Unie, 2012; het Europees Parlement, 2010, pp.53-55).

### 2.1.5 Financieringsmiddelen van de EU

Het geld van de Europese Unie komt in de eerste plaats van bijdragen van de lidstaten. Elke lidstaat moet een bepaald bedrag vrijmaken voor de EU en hoeveel dat juist is, hangt af van de rijkdom van een land. Een andere bron van inkomsten bestaat uit de BTW die in de EU op goederen en diensten geheven wordt. Verder krijgt de EU ook geld door de douanerechten die geheven worden op industrie- en landbouwproducten van buiten de EU (Directoraat-Generaal van de Europese Commissie, 2010; Europees Parlement, 2010, p.15).

### 2.1.6 Beslissingsorganen van de Europese Unie

De Europese Commissie, Het Europees Parlement en de Raad van de Europese Unie zijn de beslissingsorganen van de Unie en vormen een driehoek die verantwoordelijk is voor het bestuur van de EU (Directoraat-Generaal van de Europese Commissie, 2010, pp.40-41; Fontaine, P., 2010, pp.21-27; Europese Gemeenschappen, 2007, pp.3-10; Bureau den Haag van de Europese Commissie, 2010). Deze organen worden in 2.2, 2.3 en 2.4 uitgebreid besproken.

---

<sup>5</sup> De Maastrichtnorm of ook wel de Europese Begrotingsdiscipline genoemd vindt zijn oorsprong in het Verdrag van Maastricht uit 1993. Het betreft een overeenkomst dat het toetreden tot de Europese en Monetaire Unie (EMU) regelt. Om de Euro te mogen invoeren moet aan de Maastrichtnorm voldaan worden. In deze norm zitten allerlei richtlijnen en regels vervat. Bijvoorbeeld dat een land pas de Euro kan invoeren als zijn staatsschuld ten hoogste 60% van zijn Bruto Binnenlands Product bedraagt.

### **2.1.7 Andere instellingen van de Europese Unie**

Naast deze drie beslissingsorganen zijn er nog heel wat andere organen van de EU die bijdragen tot de goede werking en een vlotte beleidsvorming. ( Europese Unie, 2012). Er zijn er nog veel meer, maar hieronder wordt het Europees Hof van Justitie, het Comité van de Regio's, de Europese Centrale Bank en het Europees Economisch en Sociaal Comité nog uitgewerkt.

#### **2.1.7.1 Europees Hof van Justitie**

Het Europees Hof van Justitie ( Europese Unie, 2012; het Europees Parlement, 2010, p.50; Europese Gemeenschappen, 2007; Bureau den Haag van de Europese Commissie, 2010) bevindt zich in Luxemburg en is de rechtsprekende instelling van Europa. Haar taak bestaat erin erop toe te zien dat Europese wetten gerespecteerd worden en in alle lidstaten op dezelfde manier toegepast worden. Als een lidstaat een bepaalde wet niet naleeft dan zal de Europese Commissie dat land eerst waarschuwen maar als dat niets verandert dan kan de Commissie de hulp van het Hof inroepen. Naast ervoor te zorgen dat lidstaten de wetten naleven, regelt het Hof ook juridische geschillen tussen nationale regeringen en de EU-instellingen. Tot slot kunnen ook burgers, bedrijven of andere organisaties bij het Hof terecht als ze vinden dat hun rechten door een EU-instelling geschonden zijn.

#### **2.1.7.2 Comité van de Regio's**

Het Comité van de Regio's (CvdR) is opgericht in 1994 en fungeert als adviesorgaan. De Commissie, het Parlement en de Raad zijn verplicht om het Comité te raadplegen alvorens ze beslissingen nemen die betrekking hebben op lokaal of regionaal niveau. Het beleidsveld van het Comité is uiteenlopend. Dit kan gaan van onderwijs, volksgezondheid, milieu, vervoer, werkgelegenheid tot infrastructuur. Dankzij het CvdR kunnen nationale overheden hun belangen aankaarten en verdedigen. In het CvdR zitten vertegenwoordigers van alle lidstaten en deze worden door de lidstaten zelf voorgedragen en het is de Raad die beslist of ze deze vertegenwoordigers aanvaardt. Deze vertegenwoordigers worden aangesteld voor vijf jaar (Europese Gemeenschappen, 2007; Europese Unie, 2012; Europees Parlement, 2010, p.46).

#### **2.1.7.3 Europese Centrale Bank**

De Europese Centrale Bank (ECB) is sinds het verdrag van Lissabon een volwaardige EU-instelling geworden maar de instelling is wel volledig onafhankelijk. De ECB is verantwoordelijk voor het monetair beleid in de lidstaten van Europa waar de Euro de munteenheid is en het proberen handhaven van de prijsstabiliteit. De ECB bevindt zich in Frankfurt (Europese Gemeenschappen, 2007; Europese Centrale bank, 2012; Europees Parlement, 2010, p.48).

#### **2.1.7.4 Europees Economisch en Sociaal Comité**

Het Europees Economisch en Sociaal Comité ( EESC) is een adviesorgaan dat opgericht is met het sluiten van het Verdrag van Rome<sup>6</sup> in 1975. Uit de verschillende lidstaten zijn er een aantal vertegenwoordigers en het aantal leden van elk land hangt af van hun bevolkingsaantal. Landen met een groot bevolkingsaantal hebben dus meer vertegenwoordigers in het comité dan landen met een kleiner bevolkingsaantal. Deze leden worden benoemd voor een periode van 5 jaar en worden niet betaald. Ze worden wel vergoed voor hun onkosten. Deze vertegenwoordigers vertegenwoordigen werkgevers, werknemers, vakbonden, gezinnen, milieubewegingen, boeren en vele andere

---

<sup>6</sup> Het Verdrag van Rome werd in 1957 gesloten. Het verdrag hield de stichting in van de Europese Economische Gemeenschap (EEG). De ondertekenaars waren dezelfde zes landen die zich verbonden hadden in de Europese Gemeenschap voor Kolen en Staal (EGKS): West-Duitsland, België, Nederland, Frankrijk, Italië en Luxemburg. Het verdrag van Rome regelde een economische samenwerking tussen de landen en meer bepaald een vrije handel tussen de landen.

belangengroepen. Via het EESC kunnen al deze vertegenwoordigers de mening van het volk naar voor brengen. Jaarlijks geven ze ongeveer 170 adviezen. De Commissie of de Raad is verplicht om het advies van het EESC in te winnen alvorens ze een besluit nemen (Europese Gemeenschappen, 2007; Europees Parlement, 2010, p.47).

## 2.2 Uitvoerend orgaan: de Europese Commissie

### 2.2.1 Samenstelling

De Europese Commissie bestaat uit 27 commissarissen, één voor elke lidstaat, en deze ontmoeten elkaar wekelijks in Brussel. Bij die 27 wordt ook de voorzitter van de Commissie gerekend. De Commissie is opgebouwd uit verschillende Directoraten-generaal met elk hun eigen beleidsdomein. (Europese Commissie, 2010, pp.4-5; Europese Gemeenschappen, 2007, pp.21-25; Bureau den Haag van de Europese Commissie, 2010).

#### 2.2.1.1 De voorzitter

José Manuel Barroso is de voorzitter van de Commissie tot 2014. Hij wordt gekozen door overleg tussen de 27 regeringen van de lidstaten (Europese Commissie, 2010, pp.6-7; Bureau den Haag van de Europese Commissie, 2010).

#### 2.2.1.2 Commissarissen en Directoraten-generaal

De commissarissen van de Commissie worden om de vijf jaar verkozen en handelen in het belang van de EU en niet in het belang van hun eigen land. Ze vertegenwoordigen dus niet hun eigen regering. De voorzitter verdeelt de verschillende beleidsgebieden over de verschillende commissarissen en zo staat elke commissaris aan het hoofd van één of meerder directoraten-generaal (DG's). Elke commissaris wordt bijgestaan door een eigen ambtenarenapparaat.

De Commissie staat onder toezicht van het Parlement en het is daarom ook het Parlement die de voorgestelde commissarissen moet goedkeuren. Als het Parlement ontevreden is of zijn vertrouwen in de Commissie verliest dan kan ze een motie van wantrouwen uitspreken en wordt de Commissie afzet (Europese Commissie, 2010, pp.4-5; Europese Gemeenschappen, 2007, pp.21-25; Bureau den Haag van de Europese Commissie, 2010).

### 2.2.2 Taken van de Europese Commissie

De Commissie is het enige orgaan dat wetsvoorstellen mag ontwikkelen voor de EU. Het is aan haar om na te denken over wat het beste is voor de EU als geheel en op basis daarvan wetsvoorstellen te ontwikkelen. Dit doet ze in samenwerking met experts, advocaten, vertalers en ... maar de Commissie werkt ook nauw samen met het Europees Economisch en Sociaal Comité (EESC) en het Comité van de Regio's. Ook houdt ze rekening met andere belangengroepen, adviesorganen en de nationale parlementen en regeringen van de lidstaten. De voorstellen die door haar gedaan worden, moeten door het Parlement en de Raad goedgekeurd worden (Europese Gemeenschappen, 2007, pp.21-25; Bureau den Haag van de Europese Commissie, 2010; Europese Unie, 2012).

Verder is de Commissie het uitvoerend orgaan van de Unie. Dit houdt in dat ze verantwoordelijk is voor het dagelijks bestuur van de EU. Ze moet goedgekeurde wetten door de Raad en het Parlement implementeren en activiteiten en programma's uitvoeren. Verder moet ze de fondsen die ter beschikking zijn gesteld, spenderen. Tot slot werkt de Commissie nauw samen met het Europees hof

van Justitie. Zij ziet er immers op toe dat de taken die in de verdragen en raadsbesluiten zijn vastgelegd, worden uitgevoerd (Europese Gemeenschappen, 2007, pp.21-25; Bureau den Haag van de Europese Commissie, 2010; Europese Unie, 2012).

### 2.2.3 Vertegenwoordiging van de Commissie in de lidstaten

In elke lidstaat is er een vertegenwoordiging van de Commissie aanwezig. Deze vertegenwoordiging staat in contact met de Europese Commissie en staat in voor het dichterbij brengen van de boodschappen en beleid van de Commissie.

## 2.3 Stem van het volk: het Europees Parlement

Het Europees parlement vertegenwoordigt de Europese burgers en is zo de stem van het volk (Europese Gemeenschappen, 2007, pp.11-14; Europees Parlement, 2010, pp.3-22; de Europese Unie, 2012; Bureau den Haag van de Europese Commissie, 2010).

### 2.3.1 Samenstelling

Sinds 1979 kiezen burgers om de vijf jaar hun vertegenwoordigers en in januari 2012 werden 754 nieuwe leden verkozen met de Duitse Martin Schulz als voorzitter. De voorzitter wordt steeds verkozen voor een periode van twee en half jaar en samen met de 754 anderen staat hij momenteel aan het roer van het Parlement. De leden, afkomstig uit alle lidstaten, verenigen zich naar politieke voorkeur en dus niet naar nationaliteit. Momenteel zijn er zeven politieke fracties in het Europees Parlement (Europese Gemeenschappen, 2007, pp.11-14; Europees Parlement, 2010, pp.3-22; de Europese Unie, 2012).

Het Parlement is enig in haar soort omdat ze de enige multinationale parlementaire vergadering ter wereld is en het is ook de enige instelling waarbij de leden rechtstreeks door de burgers worden verkozen (Europese Gemeenschappen, 2007, pp.11-14; Europees Parlement, 2010, pp.3-22; de Europese Unie, 2012).

De hoofdzetel van het Europees Parlement is gevestigd in Straatsburg en elk jaar vinden daar twaalf plenaire vergadering plaats. Naast Straatsburg spelen ook Brussel en Luxemburg een belangrijke rol. In Brussel komen de leden samen voor kleinere plenaire vergaderingen en vergaderingen van de parlementaire commissies. In Luxemburg bevindt zich de administratie. Als het Europees Parlement samenkomt dan worden alle officiële talen van de EU gesproken (Europese Gemeenschappen, 2007, pp.11-14; Europees Parlement, 2010, pp.3-22; de Europese Unie, 2012; Bureau den Haag van de Europese Commissie, 2010;).

### 2.3.2 Taken van het Europees Parlement

Het Europees Parlement is doorheen de jaren steeds belangrijker geworden. Het heeft niet alleen meer verantwoordelijkheid gekregen op het vlak van wetgeving en begroting, het heeft ook een belangrijke rol te vervullen wat betreft het politieke toezicht op andere Europese instellingen. Hieronder zijn de belangrijkste taken van het Europees Parlement geschetst. (Europese Gemeenschappen, 2007, pp.11-14; Europees Parlement, 2010, pp.5-28; de Europese Unie, 2012).

#### 2.3.2.1 Wetgevende functie van het Parlement

In de eerste plaats heeft het Europees Parlement een wetgevende functie. Als de Europese Commissie wetsvoorstellen doet dan is het aan het Parlement en de Raad om het eens te worden

over deze wetsvoorstellen en pas als dat gebeurt, wordt een voorstel een wet. Het Parlement voert onderling heel wat debatten over nieuwe wetsvoorstellen van de Commissie en beslist dan of ze het voorstel aanneemt of verwierpt. Het parlement vraagt regelmatig om het bestaande beleid aan te passen of nieuw beleid en wetgeving uit te werken. Als een voorstel het Parlement niet bevalt dan kan het Parlement aan de Commissie vragen om het voorstel te veranderen. Op die manier is het Parlement dus heel actief betrokken bij het tot stand komen van Europese wetgeving (Bureau den Haag van de Europese Commissie, 2010; Europese Gemeenschappen, 2007, pp.11-14; Europees Parlement, 2010, pp.5-10).

### **2.3.2.2 Budgettaire functie van het Parlement**

Naast haar wetgevende functie heeft het Parlement ook een budgettaire functie te vervullen (Bureau den Haag van de Europese Commissie, 2010; Europese Gemeenschappen, 2007, pp.11-14; Europees Parlement, 2010, pp.5-10). Het Parlement bepaalt jaarlijks de begroting van de EU en bepaalt daardoor dus welke initiatieven en activiteiten er in Europa gefinancierd worden. Een groot deel van de Europese uitgaven vandaag gaat naar economische ontwikkeling en het afstemmen van verschillende regio's binnen de EU op elkaar. Verder gaat er ook een heel groot deel van het budget naar het gemeenschappelijk landbouwbeleid.

Naast de begroting opstellen is het ook de taak van het Parlement, in samenwerking met de Europese Rekenkamer, om het budget van de EU te beheren en toe te zien dat alles goed verloopt (Bureau den Haag van de Europese Commissie, 2010; Europese Gemeenschappen, 2007, pp.11-14; Europees Parlement, 2010, pp.5-10). De andere Europese instellingen moeten ook jaarlijks aan het Parlement verantwoording afleggen over hun activiteiten en het daarvoor gebruikte geld.

### **2.3.2.3 Controlefunctie van het Parlement**

Het Parlement moet als vertegenwoordiger van de burgers hun belangen behartigen bij de andere Europese instellingen en dat doet ze ondermeer door de andere instellingen te controleren (Bureau den Haag van de Europese Commissie, 2010; Europese Gemeenschappen, 2007, pp.11-14; Europees Parlement, 2010, pp.5-10). Verder volgt het Parlement de activiteiten van de Commissie nauwkeurig op. Ze bekijkt de Commissierapporten over beleid, begroting en wetgeving. Ook legt de Raad regelmatig verantwoording af aan het Parlement.

### **2.3.3 Vertegenwoordiging van het Parlement in de lidstaten**

In elke lidstaat is er een vertegenwoordiging van het Europees Parlement aanwezig. Deze vertegenwoordiging brengt het Parlement dichterbij de Europese burger.

## **2.4 Stem van de lidstaten: de Raad van de Europese Unie**

De Raad van de Europese Unie wordt ook wel de Raad of de Raad van de ministers genoemd. In de Raad van de Europese Unie zitten immers ministers van de regeringen uit de verschillende lidstaten. Het is de enige instelling waarin de lidstaten rechtstreeks vertegenwoordigd worden en het is het orgaan bij uitstek dat de beslissingen neemt. Ze doet dit aan de hand van de voorstellen van de Commissie en in samenspraak met het Europees Parlement. De Raad komt regelmatig bij elkaar en beslist over de wetten die voorgesteld worden door de Commissie. Dit gebeurt meestal in Brussel maar in april, juni en oktober vindt dit in Luxemburg plaats. (Europese Gemeenschappen, 2007, p.9 en pp.15-20; Raad van de Europese Unie, 2012; Fontaine, P., 2010, p.22).

De hoofdtaken van de Raad bestaan erin om wetten van de Commissie goed te keuren. Dat doet de Raad in samenspraak met het Parlement. Anderzijds is ze verantwoordelijk voor de begroting van de EU. Ze keurt in samenspraak met het Europees Parlement het budget goed. De Raad is vaak verantwoordelijk voor het beslissen over wetten over zaken waarbij de lidstaten hun beslissingsrecht uit handen gegeven hebben aan de Raad. Verder werkt de Raad ook nauw samen voor sommige zaken met de nationale overheden. De Raad is ook verantwoordelijk voor het sluiten van overeenkomsten met de lidstaten, internationale organisaties of andere Europese landen (Europese Gemeenschappen, 2007, p.9 en pp.15-20; Raad van de Europese Unie, 2012; Fontaine, P., 2010, p.22).

## 2.5 Europese Raad

De Europese Raad mag niet verward worden met de Raad van de Europese Unie. Deze verschillen op verschillende vlakken met elkaar. De Europese Raad wordt ook wel eens een 'top' genoemd en trekt enorm veel media-aandacht. Het is het hoogste besluitvormingsorgaan van de EU. (Europese Gemeenschappen, 2007, p.9; Fontaine, P., 2010, p.21).

### 2.5.1 Samenstelling

De Europese Raad bestaat uit staatshoofden en regeringsleiders uit alle landen van de EU en ook de voorzitter van de Europese Commissie is hierop aanwezig. Verder is er ook voor elke lidstaat een lid van de Commissie aanwezig en de minister van Buitenlandse Zaken. Ook deze Europese Raad heeft een voorzitter en dat is momenteel Herman Van Rompuy. De Raad behandelt vooral zaken waaruit de Raad van de Europese Unie het niet is eens geworden. (Europese Gemeenschappen, 2007, p.9; Fontaine, P., 2010, p.21).

### 2.5.2 Taken van de Europese Raad

De Europese Raad komt samen om het beleid van de EU te evalueren en te bekijken welke veranderingen en vooruitgang er gerealiseerd is. Zoals eerder vermeld, proberen ze het ook eens te worden over zaken waarover de Raad het niet eens is geworden. Na zo'n top brengt de Europese Raad verslag uit bij het Parlement (Europese Gemeenschappen, 2007, p.9; Fontaine, P., 2010, p.21).

## 2.6 Raad van Europa

De Raad van Europa lijkt wat betreft de naam heel sterk op de Raad en de Europese Raad, maar ook deze instelling verschilt heel erg van de vorige twee. De Raad van Europa is geen Europese instelling maar een intergouvernementele organisatie. De organisatie is in 1949 opgericht en is bedoeld om de democratie in Europa te bevorderen en toe te zien dat de mensenrechten in Europa gewaarborgd worden en verder uitgewerkt worden. De Raad van Europa is gevestigd in Straatsburg (Europese Gemeenschappen, 2007, p.9; Europese Unie, 2012).

### 2.6.1 Samenstelling

De Raad van Europa heeft niets te maken met de lidstaten in de EU. De leden van deze organisatie zijn alle landen in Europa en ook Turkije, Rusland en de landen uit de Kaukasus zijn lid. Met uitzondering van Wit-Rusland, Kazachstan en Vaticaanstad. Samengevat telt de Raad van Europa dus 47 lidstaten (Europese Gemeenschappen, 2007, p.9; Europese Unie, 2012).

### 2.6.2 Taken van de Raad van Europa

De Raad van Europa wil vooral de democratie, de culturele diversiteit en de mensenrechten in Europa bevorderen. Zo proberen ze zich in te zetten om de samenwerking tussen de lidstaten te verbeteren. Dit proberen ze te doen door verdragen te sluiten. Het bekendste verdrag van de Raad van Europa is het Europees Verdrag tot Bescherming van de Rechten van de Mens en de Fundamentele Vrijheden (EVRM). Dit is door alle lidstaten van de EU en de andere leden ondertekend. Burgers kunnen zich op dit verdrag beroepen bij het Europees Hof voor de Rechten van de Mens, een belangrijk orgaan van de Raad van Europa. Ook proberen ze zich dus in te zetten voor het versterken van de democratie en de rechtstaat. Tot slot stimuleert het culturele diversiteit op het vlak van architectuur, tv- en filmproductie (Europese Gemeenschappen, 2007, p.9; Europese Unie, 2012).

### 2.7 Belangrijkste Europese instellingen

Het is onmogelijk om te zeggen welke EU-instelling het belangrijkste is, aangezien elk orgaan zijn nut en functie heeft. Toch kunnen we concluderen uit ons onderzoek en de interviews dat het Europees Parlement, de Europese Commissie en de Raad van de Europese Unie de belangrijkste en ook meest gekende instellingen zijn. Deze driehoek is verantwoordelijk voor het beleid en het nemen van de beslissingen dus daardoor lijken deze op het eerste zicht het belangrijkste. Natuurlijk worden deze bijgestaan door andere organen die allemaal hun functie hebben en onmisbaar zijn.

Als we de visies van sleutelfiguren die geïnterviewd werden, bekijken dan merken we dat er nogal eenduidig geantwoord wordt op wat volgens hen de belangrijkste instellingen zijn. Meestal betreft het Europees Parlement en de Europese Commissie. Af en toe wordt ook de Raad vermeld.

Een door ons geïnterviewde medewerker bij de Europese Commissie (2012) stelt dat beide instellingen belangrijk zijn:

*"Enerzijds is de Commissie het belangrijkste omdat ze een rechtstreekse impact heeft op het dagelijkse leven van de burger met haar wetgeving. Anderzijds het Parlement omdat de burger deze zelf om de vijf jaar verkiest. De Raad speelt een minder directe rol voor de burger. Het zijn de diplomaten van de lidstaten. Ze heeft een minder directe invloed op de burger. "*

Een andere geïnterviewde medewerker bij de Europese Commissie (2012) treedt de vorige uitspraak bij:

*"Als eerste wil ik natuurlijk de commissie zeggen, toch moet ik er ook bij vermelden dat het parlement ook van groot belang is voor de burger. Zij zijn immers rechtstreeks verkozen door de burgers. "*

Nog een andere medewerker bij de Commissie (2012) vermeldt dat ook beide instellingen nuttig zijn:

*"De mensen kennen de Commissie en het Parlement het best. Rond deze instellingen wordt ook het meest gecommuniceerd. In mindere mate kennen zij de Raad omdat dit vooral op de federale ministers terugvalt."*

Een geïnterviewde medewerker bij van de Europese Commissie(2012) zegt ook:

*"Het is natuurlijk moeilijk te omschrijven want elke burger heeft zijn eigen doelstellingen en zijn eigen interesses. Het hangt ervan af wat hun doelen zijn."*

Een geïnterviewd medewerker bij Europe Direct in de provincie Vlaams-Brabant (2012) geeft een meer uitgesproken antwoord en stelt dat het Europees Parlement het meest gekend is:

*" Ik denk dat het Europees Parlement meer gekend is dan de Europese Commissie. Ik merk dat uit ervaring in scholen. Mensen zijn meer vertrouwd met het woord 'parlement' omdat het voor België ook bestaat. De commissie wordt niet echt vertaald op Belgisch niveau. (...) Daarnaast denk ik ook dat Herman Van Rompuy een belangrijke persoon is, daarom niet meteen de Europese Raad maar wel Van Rompuy als Europees president. "*

We kunnen dus stellen dat het Europees Parlement, de Commissie en de Raad de belangrijkste organen zijn, en ook de meest gekende. Vooral het Parlement en de Commissie zijn het meest gekend.

Diegenen die het Parlement als het belangrijkste naar voor schuiven, stellen dat dit is omdat burgers het Parlement zelf kiezen en er daardoor dus dichterbij staan. Diegenen die de Commissie dan weer naar voor schuiven als belangrijkste instelling stellen dat dit is omdat de Commissie een rechtstreekse impact heeft op het dagelijkse leven van de burger omwille van haar wetgeving. Dit laatste werd wel genuanceerd door een medewerker bij de vertegenwoordiging van de Europese Commissie in België omdat heel wat Europese wetgeving niet als Europees aanzien wordt omdat deze wordt omgezet in nationale of regionale wetgeving. Heel veel burgers weten vaak niet dat bepaalde wetten uitgevaardigd worden onder invloed van Europa.

Een perfect voorbeeld hiervan is de universele gsm-lader die er door een initiatief van de Europese Commissie vanaf 2010 uitkomt ( Netwerk Bewust Verbruiken, 2011; Directoraat-Generaal van de Europese Commissie, 2011, pp.16-19). Jaarlijks verdwijnen er zo'n 235 miljoen gsm's op de vuilnisbelt en vaak zijn de opladers van deze toestellen niet compatibel met een nieuw toestel. Als gevolg verdwijnen er nog eens evenveel laders op de vuilnisbelt. Om dit te vermijden ging de Commissie een samenwerking aan met een aantal grote gsm-fabrikanten. De fabrikanten hebben er zich toe verbonden om in de toekomst gsm's op de markt te brengen die eenzelfde ingang hebben zodat er één universele lader is die op elk toestel werkt. Het is een perfect voorbeeld van Europese wetgeving die direct een invloed heeft op de burger maar waarvan de burger vaak niet op de hoogte is dat het een initiatief is van de EU.

Tijdens ons onderzoek en onze diepte-interviews hebben we verschillende meningen gehoord en op die manier hebben we wel een idee kunnen vormen over welke nu gezien worden als de meest belangrijke instellingen van de EU. Er wordt ook aangehaald dat de kennis van de burger over de instellingen vaak afhankelijk is van zijn persoonlijke doelstellingen en interesses. Als een burger bijvoorbeeld lid is van een vereniging die subsidies wil krijgen, dan moeten ze beroep doen op de Commissie. Op dat moment is de Commissie voor die persoon het belangrijkste. Naargelang de persoonlijke doelen kan er dus een verschil zijn in de kennis en belangrijkheid van een EU-orgaan, zo stelde een medewerker bij de vertegenwoordiging van de Europese Commissie in België.

Daarnaast bleek het Europees Parlement bij velen het meest gekend te zijn en het was ook de instelling waarmee de burger het meest vertrouwd was. De reden hiervoor was dat de burger in eigen land ook een Parlement heeft en zich hierbij dus sneller iets kan voorstellen. De Commissie wordt daarentegen niet echt vertaald in nationale structuren. Daarnaast kenden velen ook Herman Van Rompuy als Europees President.



### 3. Communicatiedoelen en –doelgroepen

In een groot, sturend orgaan als Europa is het belangrijk dat communicatiedoelstellingen en doelgroepen duidelijk worden vastgesteld. De Unie is zo groot en divers en ze behandelt zo veel complexe probleemstellingen dat het geen gemakkelijke taak is om hiervan een overzicht te bieden. De EU probeert een meerwaarde te bieden aan ons bestaan, maar om dat naar de buitenwereld te communiceren is niet altijd makkelijk. Vanuit de Europese Commissie worden jaarlijks en voor alle lidstaten specifieke communicatiedoelen opgesteld, de communicatie is een groeiend proces. Door de Commissie worden een aantal hoofddoelstellingen opgesteld waarrond de communicatie wordt opgebouwd. De Europese instellingen in de verschillende lidstaten maken op basis van deze doelstellingen een eigen communicatieplanning.

#### 3.1 Algemene communicatiedoelen

Het algemene doel van de communicatie is om een beter beeld te creëren van de samenwerking en samenhang van de verschillende EU-instellingen en de activiteiten waarmee zij bezig zijn. Voor de burgers is dit een manier om een betere en duidelijkere toegang te verkrijgen tot de informatie die hen geboden wordt. Het moet de informatiestroom makkelijker te begrijpen maken en ervoor zorgen dat men op de hoogte is van de impact die de EU heeft op ons dagelijkse leven, dit zowel op nationaal als lokaal gebied. Deze hoofddoelstellingen zijn terug te vinden in het Communicating Europe in Partnership – document (2007). Het gaat om drie grote categorieën waaronder de verschillende doelstellingen kunnen worden onderverdeeld.

##### 3.1.1 De burgers de macht geven

Uit studies (o.a. de Eurobarometer) blijkt dat acht op tien Europeanen het belangrijk vinden om geïnformeerd te worden over Europa, zeven op tien willen ook meer weten over hun burgerrechten en bijna twee derde vindt dat de beschikbare informatie over de EU nuttig en interessant is. Helaas zijn bij die studies door de EU ook te merken dat bijna even veel mensen vinden dat die informatie niet voldoende is. Men verlangt naar meer open debatten en de mogelijkheid tot het uiten van een eigen opinie. De burger maakt duidelijk dat hij graag deel wil uitmaken van het besluitvormingsproces op het niveau van Europa. Daaruit zijn doelstellingen en plannen gekomen waaronder het plan D<sup>7</sup>. Volgende doelstellingen komen voort uit die hoofdboodschap:

##### **3.1.1.1 Lokalisering**

De betrokkenheid van de burgers bij de EU en bij Europese debatten is belangrijk, de EU wil daarom haar communicatie meer lokaal en gericht organiseren. Zo zullen nieuwe Europe Directs worden ingesteld in landen waar hier nog nood aan is. De informatienetwerken waarover de Commissie beschikt zullen verder worden uitgebouwd en meer worden gestroomlijnd zodat ook via deze wegen de boodschap juist tot bij het doelpubliek komt. Deze netwerken richten zich op verschillende

---

<sup>7</sup> Met dit plan D richt de EU zich op partners en organisaties die al betrokken zijn bij de ontwikkeling van de Europese Unie, dit gaat over NGO's, marktorganisaties en de verschillende instellingen die meer willen leren over Europa en haar programma. De EU hoopt samenwerkingsverbanden met deze organisaties aan te gaan om de communicatie dichter tot bij de burger te brengen en te versterken.

doelgroepen en behandelen verschillende onderwerpen zoals bijvoorbeeld EURES, SOLVIT en de Euro Informatie Centra<sup>8</sup>.

### **3.1.1.2 Actieve burgers in Europa**

Vanuit onderzoek aan de hand van de White Paper<sup>9</sup> werd duidelijk dat de samenleving veel dichter betrokken wil zijn bij het Europese beleid. Er is nog steeds een kloof tussen EU en de burger. Lidstaten, die tussen de twee instaan en dus kunnen fungeren als doorgeefluik van informatie, krijgen daarom de verantwoordelijkheid om burgers op te leiden en te onderwijzen zodat deze actief kunnen deelnemen aan de processen in de Europese Unie. Een voorbeeld hiervan is het oprichten van het 'Life Long Learning' programma, waarmee het onderwijs over de EU ondersteund en gepromoot wordt.

### **3.1.2 Een Europese gemeenschap creëren**

Veel beslissingen die door de EU worden genomen hebben een directe impact op het dagelijkse leven van de samenleving. Toch worden deze veranderingen meestal vanuit een nationaal standpunt gecommuniceerd. Dit beleid zou buiten die landelijke grenzen moeten treden en een debat creëren met de verschillende lidstaten. De Europese burger weet vaak niet dat beleidsveranderingen eigenlijk door Europa worden gemaakt en hierover wil de EU dus meer bewustzijn creëren. De bevolking uit de verschillende lidstaten zijn een gemeenschap op zich, maar dat ze ook deel uitmaken van een grotere, Europese gemeenschap kan nog meer in de verf worden gezet.

#### **3.1.2.1 Politieke dimensie**

De Commissie wil de communicatie en samenwerking met de nationale parlementen versterken en uitbreiden. Daarnaast moet de deelname aan de volgende Europese parlementaire verkiezingen door de verschillende lidstaten versterkt worden. Er is bijvoorbeeld sprake om naast de politieke partijen in de lidstaten ook een Europese politieke groep op te richten die kan bijdragen tot een werkelijk debat over Europese problemen en de ontwikkeling van die Europese gemeenschap.

#### **3.1.2.2 Media en informatiediensten**

Uit onderzoek blijkt dat de Europeanen de informatie die vanuit de EU wordt aangeboden nog steeds onvoldoende vinden. Hoewel audiovisuele kanalen nog steeds de voorkeur krijgen van de EU om die boodschappen te versturen, zijn er ook nieuwe noden van de Europese gemeenschap. Een interactie tussen burger en EU is noodzakelijk geworden en daarom is het internet het medium bij uitstek om tekst, geluid en beeld met elkaar te combineren. De Europese Unie wil mensen hierbij de kans geven om informatie op te nemen maar ook om er op te reageren en om de discussie met anderen aan te gaan. Daarom wil de Commissie opnieuw aandacht besteden aan de EUROPA website. De communicatie via deze website zal meer gericht worden op interactiviteit. Er wordt gewerkt aan een duidelijke navigatie en over het algemeen wordt de site gebruiksvriendelijker voor de Europese burger.

Daarnaast wil de Commissie ook meer aandacht besteden aan de samenwerking met organisaties buiten de EU. De zichtbaarheid van de Europese Unie kan worden aangesterkt met websites van

---

<sup>8</sup> EURES, SOLVIT en de Euro Informatie Centra zijn instellingen vanuit de EU met elk een eigen doelgroep en doelstellingen wat betreft communicatie. Deze worden verder besproken in hoofdstuk 6.2.

<sup>9</sup> De White Paper is een document van de Commissie met daarin de huidige probleemstellingen en doelstellingen wat betreft communicatie waaraan ze wil werken. Het is een open document waarin lidstaten kunnen reageren en nadenken over oplossingen die voor hun regio het best passen. Op basis van die feedback worden dan aanpassingen gemaakt in doelstellingen en communicatieplannen om de communicatie effectiever te maken. (White Paper on a European communication policy (2006).)

marktorganisaties, NGO's, ... die ook aandacht besteden aan agendapunten van de EU. Op die manier kan het contact met en tussen de Europese burgers worden aangesterkt en gestimuleerd.

### **3.1.2.3 Publieke opinie van Europa begrijpen**

Europa wil verder ook meer aandacht besteden aan het luisteren naar de publieke opinie, om erop te kunnen reageren en het beleid te optimaliseren. Om een inzicht te krijgen in die publieke opinie wordt gebruik gemaakt van de Eurobarometer<sup>10</sup>. Deze meet waar de Europeanen over nadenken en wat hun verwachtingen zijn van de EU. Naar aanleiding van suggesties die door de lidstaten worden gegeven in de White Paper, past de EU haar onderzoeksmethoden aan om nog meer tegemoet te komen aan de noden van de Europese burger.

Verder zullen ook de Europe Directs meer worden gepromoot als contactcentra waar mensen terecht kunnen voor informatie en waar feedback kan worden gegeven. Ook op deze manier kan de Commissie verder op de hoogte blijven van wat leeft bij de publieke opinie.

### **3.1.3 Versterking van de samenwerking**

De verschillende Europese instellingen, lidstaten en ook regionale en lokale autoriteiten communiceren allemaal over Europa. Dit doen ze echter op hun eigen manier en hoe het past binnen de planning van hun eigen communicatie. Uit de White Paper werd duidelijk dat de samenwerking tussen al deze instellingen moet versterkt en verbeterd worden. Om deze communicatie te stroomlijnen wil de EU de belangrijkste onderwerpen en communicatiedoelen samenvatten en een algemene inter-institutionele overeenkomst sluiten. Op deze manier kan er consistent worden gecommuniceerd en is de boodschap die tot bij de burger moet komen voor alle instellingen dezelfde.

#### **3.1.3.1 Samenwerking met de lidstaten**

Het is de verantwoordelijkheid van de verschillende lidstaten om haar burgers op de hoogte te houden van het beleid van de EU en welke impact die heeft op het dagelijkse leven van de samenleving. Het is ook wat de burger van haar nationale regering verwacht en daarom wil de Commissie de samenwerking versterken met de lidstaten. In verschillende landen wordt door de EU ook al gewerkt aan een management partnerschap waarbij de coördinatie van de communicatie gelijk verloopt voor zowel de nationale regering als de vertegenwoordiging van de Commissie en het Parlement in die lidstaten.

Daarbij kunnen ook de lokale en regionale autoriteiten een belangrijke rol spelen. Zij kunnen de EU-boodschappen vanuit de regering vertalen naar boodschappen die op lokaal vlak relevant zijn voor de burger.

#### **3.1.3.2 Samenwerking met de Europese instellingen**

Er bestaat al een samenwerkingsverband tussen de EU instituties en de lidstaten, een Inter-institutionele Informatiegroep. Die wordt gestuurd door het Europese parlement, de Commissie en de voorzitters maar de politieke status ervan moet worden uitgebreid en aangesterkt.

---

<sup>10</sup>De Eurobarometer is een onderzoek waarbij de Commissie de trends in de publieke opinie meet in de verschillende lidstaten van de EU. Het gaat om opiniepeilingen en doelgroepgerichte onderzoeken waarbij aan de hand van de resultaten verslagen worden gepubliceerd. Deze gebruikt de EU om eventuele voorstellen en aanpassingen te maken voor haar beleid. (EuropaNu – Eurobarometer (2012).)

### 3.1.3.3 Inter-institutionele communicatieovereenkomst

Zowel een samenwerking met verschillende lidstaten als met de eigen Europese instellingen is belangrijk. Een algemene samenwerking moet een doorgeefluik bieden voor de belangrijkste boodschappen en moet de samenwerking tussen de verschillende partijen versterken. Op die manier kunnen de sterkste punten van iedere organisatie worden gebruikt om de communicatie zo efficiënt en zo gelijk mogelijk tot bij de samenleving te brengen.

Met deze doelstellingen wil de Europese Unie meer aandacht besteden aan het geven van informatie, maar ook ervoor zorgen dat er plaats is voor debat en discussie met de Europese burgers. Dit zowel op nationaal, regionaal als lokaal vlak om het actieve Europese burgerschap te promoten en om mensen aan te zetten tot het bijdragen en bouwen aan de Europese gemeenschap.

## 3.2 Huidige communicatiedoelen

Jaarlijks worden er op basis van de algemene communicatiedoelen een aantal specifieke doelen aangehaald waaraan in dat jaar meer aandacht moet worden besteed. Er wordt vertrokken vanuit algemene doelstellingen, aan de hand daarvan stelt iedere lidstaat haar eigen regionale communicatieplan op.

De prioriteiten voor 2012 liggen vooral bij de **relevantie van de boodschappen**, ze moeten aansluiten bij de interesse van de burger. Campagnes, communicatie en informatie moeten dus steeds aangepast worden op nationaal, regionaal en lokaal niveau om iedereen uit de Europese samenleving te bereiken. Belangrijkste onderwerpen waarover dit jaar gecommuniceerd zal worden zijn de **ontwikkeling van de interne markt** in lijn met de Europa 2020-Strategie, de burger informeren en **begeleiden naar een duurzamer leven** (naar aanleiding van de recente natuurrampen en gevolgen van energieverbruik e.d.) en ten slotte zijn ook **immigratie en demografische uitdagingen** onderwerpen die extra aandacht vragen.

Iedere lidstaat maakt op basis van die drie onderwerpen een eigen communicatieplan waarin ze uitleggen hoe zij zullen bijdragen aan het oplossen van de problematiek die rond deze onderwerpen leeft. Zo belooft de Belgische overheid om meer economische steun en informatie te bieden over de Europa 2020-Strategie. Daarnaast worden ook de voordelen van een interne markt<sup>11</sup> meer benadrukt samen met de goede samenwerking tussen de verschillende lidstaten. Voordelen worden duidelijk gemaakt, zowel op economisch vlak (vrij transport van goederen, diensten, ...) als op sociaal vlak (grensoverschrijdend werk, studies in andere lidstaten, ...). (EU common communication priorities for 2012 (2011).)

## 3.3 Communicatiedoelgroepen

De Europese Commissie zelf communiceert heel algemeen en politiek gericht. Dit gebeurt vooral via de pers, de communicatie naar de burgers gebeurt via de Vertegenwoordigingen in de verschillende

---

<sup>11</sup> De interne markt is een belangrijke verwezenlijking van de EU die ervoor gezorgd heeft dat belemmering voor handel en vrije concurrentie tussen de verschillende lidstaten werd weggewerkt. Zo wordt onder andere transport tussen de verschillende lidstaten makkelijker en is er een vrije en eerlijke concurrentie op de markt. Ook de financiële bescherming en die van de gezondheid van de consument wordt hiermee gewaarborgd. Door deze veranderingen is er een duidelijke stijging in de levensstandaard van de Europese burgers. (Europe in 12 lessons (2010).)

lidstaten. Belangrijk is dat het grote publiek altijd centraal staat en dat de Vertegenwoordigingen in iedere lidstaat een eigen keuze maken in de belangrijkste groepen naar wie zij boodschappen over de EU zenden. Voor de vertegenwoordiging in België zijn er, naast het algemene grote publiek, nog vier andere groepen te onderscheiden op wie de EU zich specifiek wil richten volgens een medewerker van de Vertegenwoordiging van de Commissie in België (persoonlijke communicatie, maart 22, 2012):

- De stakeholders of de middenveldorganisaties: Wanneer er veranderingen plaatsvinden in een bepaald bedrijfsveld worden, in samenwerking met de daarvoor gepaste Directoraat-Generaal, de organisaties en verenigingen op de hoogte gesteld van die veranderingen. Er worden hen informatiesessies geboden en de mogelijkheid tot debatteren wordt gecreëerd als dat nodig is.
- Jongeren zijn een tweede doelgroep, hoewel deze in de Vertegenwoordigingen van alle lidstaten een belangrijke doelgroep vormen, is de invulling niet altijd gelijk. Zo is educatie over de EU niet in alle lidstaten in de eindtermen van het onderwijs opgenomen. In België is dat niet zozeer het geval, maar het moet wel worden aangehaald in verschillende vakken. De Vertegenwoordiging stelt hen pedagogisch materiaal ter beschikking en geeft dus extra aandacht aan jongeren (vooral in lager en secundair onderwijs) als doelgroep.
- Een derde doelgroep zijn de 'geïnteresseerden in Europese vragen'. Dit is de groep die al een persoonlijke interesse toont in het beleid van de EU en zelf ook naar informatie zal zoeken of er om vragen. Voor hen worden dan ook speciale debatten georganiseerd. Daarnaast wordt het E-magazine van de Vertegenwoordiging (een publicatie die tweemaandelijks wordt uitgegeven) vooral aan hen aangeboden.
- Ten slotte is er een vierde doelgroep, de pers. Via hen kan het overgrote deel van de bevolking bereikt worden en geïnformeerd worden over de belangrijkste EU-zaken.

## 4. Organisatie van de communicatie

Een sterke en goede organisatie van communicatie is enorm belangrijk, zeker in een grote organisatie als de Europese Unie. Alle instellingen die onder de EU vallen hebben hun eigen specifieke communicatiebeleid. De organisatie hiervan is dus ontzettend uitgebreid. De algemene communicatie van de EU is te volgen in een aantal stappen. Hierbij wordt opnieuw specifiek gekeken naar de Commissie van de EU.

### 4.1 Van de EU tot bij de doelgroep

#### 4.1.1 Commissie

De communicatie van de Europese Commissie zelf verloopt erg algemeen en heeft enkel onrechtstreeks de burger als doelgroep. Vanuit de Commissie wordt het beleid gecommuniceerd op een zeer algemeen en eerder politiek niveau waarbij vooral beroep wordt gedaan op de pers via dagelijkse persconferenties. Er wordt in de eerste plaats gekeken naar het bereiken van de verschillende lidstaten op wie de boodschap van toepassing is, van daaruit wordt de informatie dan door andere, lokale instellingen doorgegeven. (De Europese Commissie 2010-2014: Profielen en prioriteiten (2010).)

Uit een interview met een medewerker van de Europese Commissie:

*“De Commissie haar communicatie gebeurt voornamelijk in de perszaal waar zij dagelijks journalisten ontvangt. De Commissie haar boodschappen gaan voornamelijk om het op de hoogte brengen van wat er op politiek gebied gebeurt in Europa.”*

#### 4.1.2 Directoraat-Generaal Communicatie

Door de diversiteit van de boodschappen en beleidsterreinen die de EU behandelt zijn er verschillende Directoraten-Generaal<sup>12</sup> (DG) opgericht binnen de Commissie. Elk hebben zij een eigen terrein, daarover communiceren zij naar een specifiek doelpubliek en hun communicatie is dus zeer gericht georganiseerd. (Directoraat-Generaal Communicatie van de Commissie – What we do (2012).)

Zo is er ook een Directoraat-Generaal ingezet dat zich volledig concentreert op de communicatie (DG COMM) van de Europese Unie. Niet alleen is de DG COMM het doorgeefluik van informatie tussen de burger en de EU. Ze ondersteunt ook alle andere DG's bij hun eigen specifieke communicatie en heeft als missie om de gehele Europese gemeenschap en media te voorzien van informatie over de activiteiten en het beleid van de EU. Dit verloopt in samenwerking met de Vertegenwoordigingen in de lidstaten. Daarnaast is het ook een prioriteit om de Commissie te informeren over de publieke opinie en al wat leeft in de maatschappij, men wil de communicatie in twee richtingen stimuleren. Op die manier kan rekening gehouden worden met de burgers bij het uitwerken en uitvoeren van het beleid. (De Europese Commissie 2010-2014: Profielen en prioriteiten (2010).)

---

<sup>12</sup> Er zijn verschillende Directoraten-Generaal die elk hun eigen beleidsterrein behandelen. Een DG is de grootste zelfstandige entiteit binnen de Europese Commissie. Voorbeelden van DG's zijn DG gezondheid en consumentenbescherming (SANCO), DG Handel (TRADE), DG Communicatie (COMM), DG Begroting (BUDG).

#### 4.1.3 Vertegenwoordiging van de Commissie in België

Wanneer we specifiek in de DG COMM gaan kijken naar een verdere organisatie van de communicatie, dan zien we dat ook hier nog verschillende afdelingen in terug te vinden zijn (Communication Actions – Representations – Citizens – Resources). Een organogram van dit Directoraat-Generaal is terug te vinden onderaan dit hoofdstuk en laat duidelijk zien hoe divers en versnipperd de communicatie van de EU is. (Directoraat-Generaal Communicatie – DG communication staff 2012.)

Uit een interview met een medewerker van de Commissie:

*“Een van de kenmerken van het communicatiebeleid van de Europese Unie of de Europese commissie in het bijzonder is dat die eigenlijk heel versnipperd en heel gediversifieerd is...”*

In de informatie van de EU die rechtstreeks naar de burger gaat, spelen vooral de Vertegenwoordigingen van de Commissie in de lidstaten een grote rol. Waar de Commissie politieke boodschappen zal uitsturen en eerder algemeen communiceert, heeft de Vertegenwoordiging van de Commissie in België een meer lokale aanpak. De Vertegenwoordiging werkt als doorgeefluik waarbij de algemene boodschappen van de EU worden omgezet naar specifieke boodschappen die interessant kunnen zijn voor de burger.

In de communicatie tussen de EU en de burger speelt vooral de Vertegenwoordiging (of Representation) van de Commissie in België een grote rol. Waar de rol van de Commissie zelf vooral van politieke aard is, is die van de Vertegenwoordiging eerder één van doorgeefluik waarbij de eerder algemene aanpak van de Commissie wordt omgezet naar specifieke boodschappen die interessant kunnen zijn voor de burger.

De constante stroom aan informatie vanuit de EU is zo groots en overweldigend dat de boodschappen niet altijd hun doel bereiken. De informatie die op deze manier wordt doorgegeven is vaak te abstract en maakt aan de burger niet duidelijk welke specifieke gevolgen er voor hen nu aan die boodschap vasthangen. De Vertegenwoordigingen in de verschillende lidstaten vertalen deze boodschappen en geven ze door op lokaal niveau. De EU probeert op deze manier de burger te betrekken en ook haar eigen werking voor de Europese samenleving te verduidelijken.

Uit een interview met een medewerker van de Commissie:

*“Eigenlijk zijn wij een venster naar de EU in het land en wij willen de EU verder brengen dan Brussel. Dit doen we door dingen te organiseren of zelf deel te nemen aan zaken die door anderen worden georganiseerd, zowel in de grote steden als heel lokaal.”*





## 4.2 Kanalen

Om de samenleving zo efficiënt mogelijk te bereiken maakt de EU gebruik van een brede waaier aan kanalen. Naast de pers, die als belangrijk doorgeefluik voor informatie van de EU fungeert zijn er ook eigen kanalen die de EU gebruikt om haar boodschappen tot bij de juiste doelgroepen te brengen. De Europa-website dient als grootste informatiebron en is ook de kern van de communicatie. Alles van en over de EU is online te vinden en ook de andere kanalen die gebruikt worden om te communiceren worden opnieuw besproken en ondersteund door een eigen onderdeel op de webpagina. Bij die andere kanalen die gebruikt worden zijn er nog een aantal hoofdcategorieën. Op basis van het soort boodschappen en de doelgroep die men wilt bereiken, worden kanalen verkozen. (communicating Europe (2012))

### 4.2.1 Online kanalen

Er wordt voornamelijk gebruik gemaakt van sociale media en online communicatiemedia. Zo is er ook een EUtube gecreëerd, dit is het EU-kanaal op YouTube waarop filmpjes te bekijken zijn over de invloed van de EU op het dagelijkse leven. ([www.youtube.com/EUtube](http://www.youtube.com/EUtube) )

Daarnaast zijn commissarissen grote zenders van boodschappen die met een twitter-account ook online het publiek kunnen bereiken, verder wordt er meer en meer ingezet op sociale media. Voor verschillende instellingen worden facebookpagina's opgericht waarbij opnieuw de mogelijkheid ontstaat tot tweezijdige communicatie.

Uit een interview met een medewerker van de Europese Commissie:

*"(...)voornamelijk sociale media, online communicatiemedia, EU-tube (een YouTube kanaal van de EU), ... Verder zijn ook de Twitteraccounts van de commissarissen een belangrijk nieuw kanaal om mensen op een persoonlijke manier te bereiken."*

### 4.2.2 Audiovisuele kanalen

Ook bij de audiovisuele kanalen maakt Europa gebruik van verschillende mogelijkheden, zo heeft de EU haar eigen radionetwerk EURANET gestart waarop mensen dagelijks informatie te horen krijgen over de EU. Dit radionetwerk is nog steeds aan het groeien en is ondertussen in 15 verschillende landen al te beluisteren in samenwerking met bestaande radiozenders. ([www.euranet.eu](http://www.euranet.eu) )

Een tweede soort kanalen zijn EbS en EbS+. Dit zijn de twee tv-kanalen van de EU en ze zenden uit via satelliet, ze bieden alle nieuwste informatie aan. Zo kunnen persconferenties live gevolgd worden, evenals briefings, plenaire zittingen van het Parlement, ... Daarnaast zijn ook video's en clips die door de EU worden gemaakt te bekijken en te ontvangen via satelliet. De video en audio kan ook via de EBS website gedownload worden en op die manier bekeken worden. Naast deze twee zenders zijn er plannen in Europa voor een algemene tv-zender om dichterbij de burger te staan. ([www.ec.europa.eu/ebs](http://www.ec.europa.eu/ebs) )

De EU maakt zelf ontzettend veel videomateriaal aan over het beleid en de bezigheden van Europa . Deze video's worden vooral op de website verdeeld en geven vaak een duidelijker beeld over het onderwerp, aangepast aan het brede publiek en voor iedereen toegankelijk. Het gaat om documentaires, kortfilms en promotionele filmpjes maar ook om CD-roms met presentaties en dergelijke die verdeeld worden over cinema, tv, internet en het EUtube. Videomateriaal is niet alleen per onderwerp over de hele EU-website terug te vinden, er is ook een aparte database waarin alle videomateriaal en fotomateriaal gratis gedownload kan worden ([www.ec.europa.eu/avservices](http://www.ec.europa.eu/avservices)).

#### 4.2.3 Print

Jaarlijks investeert de EU enorm veel in drukwerken die het voor de burger makkelijker moeten maken om de EU en haar beleid te begrijpen. Daarnaast is het ook een manier om hen op de hoogte te brengen van nieuwe wetgevingen en wat deze nu inhouden voor de burger. Al deze publicaties zijn ook terug te vinden op de website van Europa en zijn daar vrij in te kijken. (Easy reading corner: [www.ec.europa.eu/publications/index\\_en.htm](http://www.ec.europa.eu/publications/index_en.htm) )

#### 4.2.4 Mondelinge communicatie

Tot slot is er ook nog enorm veel mondelinge communicatie over de EU die ervoor moet zorgen dat ze als organisatie begrepen wordt en dat de Europese samenleving weet waarmee ze bezig is. Dit gaat van persconferenties tot evenementen, seminaries voor journalisten, debatten voor jongeren en geïnteresseerden, schoolbezoeken aan de verschillende Europese organisaties, ...

Een specifiek voorbeeld van de organisatie van mondelinge communicatie kwam voort uit het interview met een medewerker van de Vertegenwoordiging van de Commissie in België (2012):

De DG COMM voorziet voor alle medewerkers scripts waarin defensive points worden opgenomen. In zulke scripts staat (voor bijvoorbeeld een nieuwe wetgeving) de hoofdboodschap met doelstelling. De defensive points zijn een aantal vragen en antwoorden die op voorhand zijn opgesteld en die gebruikt kunnen worden in het communiceren met de pers. Het zorgt ervoor dat alle verschillende overheidsinstellingen van de EU hetzelfde standpunt kunnen innemen over een bepaald onderwerp, wanneer een journalist contact met één van de Vertegenwoordigingen opneemt dan zal hij dus overal hetzelfde antwoord krijgen. Op deze manier probeert de EU haar mondelinge communicatie te stroomlijnen.

## 5. Effectiviteit van de communicatie van de EU

De communicatie van de EU is een groeiend proces dat zowel vanuit het standpunt van de EU als met een kritisch oog vanuit een andere hoek moet bekeken worden. Er zijn tal van onderzoeken en eindwerken over het onderwerp terug te vinden. Een aantal interessante bevindingen die kunnen bijdragen tot dit onderzoek worden hieronder samengevat. Op die manier kan de al verworven informatie die via de EU-kanalen verkregen is worden uitgebreid en vanuit een zo objectief mogelijk standpunt worden bekeken.

We bekijken in dit hoofdstuk dus een huidige stand van zaken in de communicatie van de EU en de effectiviteit daarvan aan de hand van eerdere onderzoeken en vanuit de diepte-interviews met communicatiesleutelfiguren.

Over de algemene communicatie van de EU zijn studies terug te vinden waarbij de mening van de respondenten uit onze interviews aansluit. Uit een onderzoek (Meillier, 2007) kunnen we meenemen dat doorheen de groei van de EU er altijd al moeilijkheden zijn geweest wat betreft communicatie. Niet alleen in hoe die overkomt op de burger maar ook bij het opstellen van communicatieplannen en doelstellingen. Uit het onderzoek wordt duidelijk dat de EU de keuze tussen het uitsturen van louter informatieve boodschappen en het opbouwen van een politieke dialoog niet kan maken. Dit zorgt ervoor dat de hele organisatie van de communicatie eerder slordig verloopt. Dit konden we ook aanvullen met opmerkingen van respondenten:

Uit een interview met een medewerker van Europa Direct:

*“(...) Die communicatie verloopt niet uniform, het is te verscheiden. Er worden te veel verschillende boodschappen verspreidt en het wordt te ingewikkeld om de burger nog te bereiken, het komt vaak niet meer aan. Beter een paar boodschappen die goed aankomen dan te veel info die helemaal niet aankomt.”*

In het onderzoek wordt een groot nadeel aan deze gebrekkige communicatie vastgemaakt: de geloofwaardigheid van de verschillende EU-instellingen gaat enorm achteruit. Er wordt te weinig efficiënt en vaak niet snel genoeg gecommuniceerd over beleidsveranderingen. Verder in het onderzoek wordt wel opgemerkt dat met de invoering van ‘The Action Plan’ en ‘White Paper on Communication’ de communicatie met grote stappen vooruit gaat. Nu wordt gehouden met de individuele behoeften van de verschillende lidstaten en het publiek die eerder over het hoofd leken te worden gezien.

Een tweede opmerking/probleemstelling vinden we terug in het communicatiebeleid van de EU dat wordt overgenomen door de verschillende lidstaten. Hoewel de EU haar communicatie probeert te versterken met het opleiden van gespecialiseerde journalisten en een meer open houding naar de pers, zijn het de lidstaten die voor een groot deel verantwoordelijk zijn voor het doorgeven van informatie. Uit het onderzoek blijkt dat deze daar niet altijd open voor staan en ook vaak geen rekening houden met het aandeel van de EU in hun boodschappen. De rol van de lidstaten zou kunnen gezien worden als de ‘Achilleshiel’ in het communicatienetwerk van de EU.

Ook op deze bevinding komen vanuit de interviews reacties die aansluiten bij de resultaten van het onderzoek.

Uit een interview met een medewerker van VLEVA over lidstaten die boodschappen van de EU doorgeven:

*“Het probleem is dat zij (Federale regering) al die stappen overslaat. Dat nieuwe beleid of die wetgeving komt er en dit wordt meteen een Belgische wetgeving. Dat Europese verhaal zien de mensen eigenlijk allemaal niet. Omdat men geen idee heeft over wat voor impact dat op hun dagelijkse leven kan hebben of op lokale besturen. De burger denkt dan ook vaak “Dat is pas voor binnen vijf jaar, wat hebben wij daar nu aan?”*

Uit een interview met een medewerker van de Commissie:

*“Daar wordt wel duidelijk dat de lidstaten het beter zouden kunnen doen op vlak van communicatie over Europa. Het probleem is daar dat Europa vaak in een negatief daglicht wordt geplaatst. Alle onpopulaire maatregelen worden verwezenlijkt door Europa, alle populaire maatregelen zijn het werk van de lokale en nationale politici zelf. Terwijl dit natuurlijk in werkelijkheid niet zo is, het beleid in Europa wordt grotendeels bepaald door de lidstaten zelf en dus door de nationale politiek, maar dat vertellen de politici er meestal niet bij tenzij die maatregel populair is. Als het een negatieve maatregel is laten ze de informatie dat ze er zelf over hebben meebeslist liever achterwege en is het enkel 'de schuld' van Europa.”*

Vanuit deze bevinding is het dus belangrijk dat onthouden wordt dat het communicatiebeleid van de EU meer op maat moet worden gemaakt van de verschillende lidstaten, om hun rol in die communicatie te vergemakkelijken. Verder kan ook gesteld worden dat nieuwe mogelijkheden van communiceren kunnen worden bekeken, hierbij kan dan meer aandacht worden besteed aan de intermediary frameworks.

Daarnaast kan vanuit dit onderzoek nog worden aangeraden aan de EU om meer aandacht te vestigen op wat belangrijk is voor de samenleving wat betreft de communicatie. Waarbij minder wordt gekeken naar wat het is dat de EU allemaal wil en moet communiceren en meer naar wat de burger verwacht dat er gecommuniceerd wordt. Op deze manier kan de EU ook opnieuw geïntegreerd worden in de samenleving en verduidelijken wat haar meerwaarde is in onze maatschappij.

Ook hier zijn passende reacties op gekomen vanuit de diepte-interviews:

Uit een interview met een medewerker van VLEVA:

*“Nog een puntje dat beter zou kunnen is die ‘what’s in it for me?’ – als de Europese Commissie een persbericht uitstuurt dan is dat heel droog en formeel, niet aangepast aan de doelgroep. Nu blijft de boodschap gewoon de originele kernboodschap van de commissie en is die niet interessant voor de doelgroep.”*

Uit onderzoek dat werd gedaan op de online communicatie van de EU (Michailidou, 2006) kunnen ook een aantal interessante opmerkingen worden meegenomen. Wanneer de burger interesse heeft in informatie over politiek op het internet, gaat deze die niet via de officiële wegen die de EU aanbiedt gaan opzoeken. Dat deze EU-kanalen niet de eerste keuze zijn is in het onderzoek enerzijds te verklaren doordat de burger vaak niet weet dat deze mogelijkheden er zijn en een tweede aspect van deze keuze is dat men er niet van uitgaat dat de informatie over de EU op deze webpagina's objectief en betrouwbaar wordt weergegeven.

Een volgende bevinding gaat over de officiële website van Europa, deze wordt door de EU als één van de belangrijkste communicatiemiddelen gezien en dient als een portaal voor alle informatie die van en over de EU beschikbaar is. Hoewel deze website groot en uitgebreid is werd deze door maar 11% van de respondenten uit het onderzoek als beste website verkozen voor informatie over de EU. De reacties van de respondenten in het onderzoek maakten duidelijk dat het moeilijk is om te navigeren op de websites van de EU en dat er weinig interessante inhoud op de pagina's staat. Vanuit de expertgroep kwam op deze bevinding dan ook een aansluitende vraag:

*“Voor burgers is het al niet duidelijk wat de belangrijkste instellingen doen. Het Europees Parlement, de Commissie, de Raad. De instellingen zijn niet gekend. De afstand is te groot. Natuurlijk is de vraag, moeten die gekend zijn?”*

Een resultaat dat hierop aansluit is wel dat de reactie van deze respondenten vooral ging over het feit dat er geen mogelijkheden zijn tot debat of interactie met de EU-instellingen, ze kunnen ze niet leren kennen. Dit resultaat is een goede indicatie dat de communicatiestrategie van de EU om het publiek direct te bereiken via online communicatie niet consistent in alle instellingen wordt doorgevoerd volgens het onderzoek van Michailidou. Op papier komt de strategie overeen met wat de Europese burger verwacht van online communicatie, in praktijk is het betrekken van de burger in het beslissingsproces iets wat maar moeizaam op gang komt.

In aanvulling op deze bevinding is het ook duidelijk, mede dankzij de moeilijke navigatie op de EU-website, dat er weinig mogelijkheden zijn wat betreft het in contact treden met EU-medewerkers. Er wordt ontzettend veel informatie geboden maar vaak blijft de essentiële informatie onvindbaar.

De Europese Unie heeft ontzettend veel organisaties en middelen ingezet om de informatie duidelijker tot bij de burger te brengen. Denk maar aan een Europe Direct en nationale media zijn nog steeds erg populaire informatiebronnen om de informatie door te geven. Mensen nemen ondanks deze kanalen vaak liever zelf het heft in handen en gaan online op zoek naar de informatie die ze nodig hebben. Hierbij is wel duidelijk te merken dat de voorkeur uitgaat naar pagina's die geen officiële EU-websites zijn. Uit de studie blijkt dat er nog steeds een gebrek aan vertrouwen is in deze officiële bronnen en helaas zijn deze bronnen vaak ook niet gekend of te ongebruiksvriendelijk om snel informatie die je nodig hebt op terug te vinden.

Uit de studie blijkt wel dat mensen zeer bereid zijn om aan debatten deel te nemen en om deel uit te maken van dat besluitvormingsproces binnen de EU, hierbij wordt echter weinig gebruik gemaakt van de Europese middelen die hiervoor worden ingezet. Dit zorgt ervoor dat die kloof die er nu bestaat niet kan worden kleiner gemaakt tenzij de EU meer inzet op het betrekken van het publiek in al haar communicatie en daarbij aandacht besteedt aan de objectiviteit en de betrouwbaarheid van de boodschappen. Anderzijds zitten er veel mogelijkheden in het samenwerken met die relevante fora en websites die over dezelfde informatie handelen maar vanuit een niet EU-gericht standpunt.

Op basis van deze bevindingen, de bronnenstudie, de expertgroep en de interviews met verschillende sleutelfiguren in de communicatie van de EU en andere overheidsinstellingen is een duidelijk beeld gevormd van de huidige communicatie van de EU. Zowel met haar sterke punten als de zwakte. Na een bestudering van de intermediary frameworks en de bruikbaarheid van deze frameworks worden bevindingen uit beide hoofdstukken samen gelegd en worden een aantal mogelijke adviezen en opmerkingen gegeven die de EU in de toekomst kunnen helpen die communicatie naar een hoger en doeltreffender niveau te tillen.

## 6. Intermediary frameworks

In dit hoofdstuk definiëren we hoe in de toekomst onderzoek naar intermediary frameworks ingericht moet worden en we omschrijven vervolgens wat een intermediary framework is, waar het vandaan komt en wat de functies ervan zijn. Hiervoor baseren we ons vooral op de al eerder verworven inzichten van Henk-Jan Rebel, een Nederlands onderzoeker en lector aan de Hogeschool van Utrecht. Verder bekijken we welke intermediary frameworks er al gebruikt worden op het niveau van de Europese Unie en op nationaal niveau voor België.

### 6.1 Onderzoek naar intermediary frameworks

Uit de evaluatie van de communicatie-effectiviteit in hoofdstuk 5 kunnen we besluiten dat de communicatie van de EU naar de burger nog niet altijd optimaal verloopt. De inzet van intermediary frameworks zou volgens Henk-Jan Rebel de communicatie van de EU naar de burger kunnen optimaliseren.

#### 6.1.1 Reden voor inzet van intermediary frameworks

De EU heeft de verantwoordelijkheid om te communiceren naar haar burgers. Vooral de Europese Commissie heeft een belangrijke rol te vervullen wat betreft communicatie naar de burger. Haar rol als doorgeefluik van informatie van de burger naar de EU, vervult de Commissie vandaag al relatief goed en ze doet dat op een transparante manier. EU wil in de toekomst ook transparanter zijn en door 'the Green Paper', dat handelt over de transparantie van de EU, probeert men een toegankelijker en meer open en transparante EU te bewerkstelligen (EU Communication Plaza, 2012). Het is vooral de communicatie van de top naar de basis die nog niet efficiënt functioneert. De communicatie van de instellingen schiet tekort en behaalt de doelstellingen, uitgezet door de EU zelf, niet. Daarnaast wordt opgemerkt dat de strategieën en planning van de communicatie veel goeds beloven, maar dat die in de praktijk moeilijk te verwezenlijken zijn en dat de EU zelfs in zekere mate teleurstelt. Pogingen om de kloof tussen de Europese bevolking en de politieke activiteiten van Brussel en Straatsburg te dichten blijken niet effectief. Intermediary frameworks zouden hier een mogelijke oplossing voor kunnen bieden (EU Communication Plaza, 2012).

#### 6.1.2 Aandachtspunten en bemerkingen voor verder onderzoek

Vandaag is er al in beperkte mate onderzoek gevoerd naar intermediary frameworks door onder andere Henk-Jan Rebel, een lector aan de hogeschool in Utrecht en onderzoeker van intermediary frameworks. Ook in de toekomst plant men nog onderzoek te doen naar de inzet van intermediaren (Expertgroep Memori, 25 mei 2012; Rebel, H.J, persoonlijke communicatie 17 februari 2012; EU Communication Plaza, 2012). Onze bachelorproef kan ook bijdragen tot eventueel verder onderzoek naar intermediary frameworks. We proberen via onze bachelorproef bij te dragen tot een groter geheel, als aanvulling op eindwerken van andere studenten uit de verschillende lidstaten over deze thematiek. Bachelor en Master studenten, doctoraten, ... kunnen allemaal ingezet worden in het onderzoek naar intermediary frameworks. Dat geheel zou de EU naar een beter communicatiebeleid kunnen sturen waarbij de doelgroep gerichter bereikt wordt en waardoor de betrokkenheid van de burger vergroot wordt (EU Communication Plaza, 2012).

Als men een onderzoek voert naar intermediary frameworks is het belangrijk om rekening te houden met een aantal bevindingen en aandachtspunten. Een eerste aantal aandachtspunten voor verder onderzoek gaan over de oorsprong van intermediary frameworks, de reden waarom er nood is aan verder onderzoek, op welke theorie men zich baseert en welke aanpak vereist is voor verder onderzoek (EU Communication Plaza, 2012).

Uit een interview met Henk-Jan Rebel:

*“Ze (intermediary frameworks) zijn efficiënt bottom-up, maar top down nog niet. Het onderzoek moet gaan over het feit of de politieke intermediary frameworks goed worden ingezet en of ze buiten hun eigen boodschap om ook de boodschap van de EU goed overbrengen.”*

Men stelt dat het een goed idee is om te onderzoeken wat het onderscheid is tussen directe en indirecte communicatie van de EU. Er moet in kaart gebracht worden hoe de EU rechtstreeks naar de burger communiceert en hoe ze dat onrechtstreeks doet door de pers of door intermediary frameworks. Er moet gekeken worden naar belangengroepen die worden ondersteund door de EU en naar andere belangengroepen en de pers, die onafhankelijk zijn van de EU (EU Communication Plaza, 2012; Rebel, H.J, persoonlijke communicatie, 17 februari 2012).

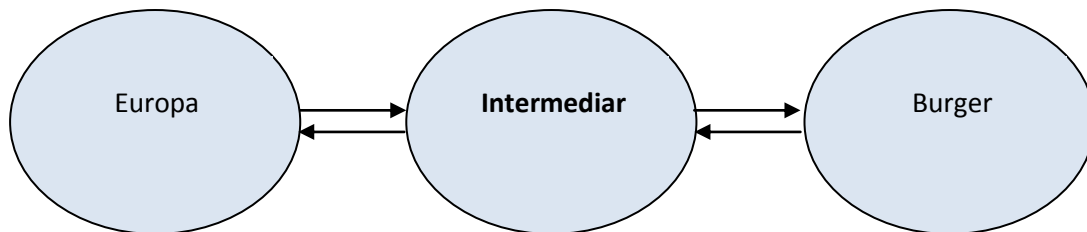
Tijdens het onderzoek is het ook belangrijk om te kijken naar de bruikbaarheid van de 'Two- Step Flow'-theorie en de 'Multi-Step-Flow'-theorie en in welke mate die al wordt gebruikt. Deskresearch en online observaties van EU-websites en onafhankelijke website wordt aangeraden om te kijken hoe zij elkaars boodschappen zouden kunnen aanvullen. Dat moet worden aangevuld met een kwalitatief onderzoek dat onder andere uit interviews met sleutelfiguren bestaat. Het is belangrijk om tijdens het onderzoek ook te kijken naar het soort communicatie die door de EU wordt gevoerd. Er moet een onderscheid gemaakt worden tussen informatieve boodschappen en boodschappen die bedoeld zijn om het publiek bij de communicatie te betrekken (EU Communication Plaza, 2012; Rebel, H.J, persoonlijke communicatie, 17 februari 2012).

## 6.2 Omschrijving

Volgens Henk-Jan Rebel, lector aan de hogeschool van Utrecht en onderzoeker van intermediary frameworks, is een intermediary framework een medium dat de top van de samenleving verbindt met het grondvlak. Het fungeert als doorgeefluik voor informatie van de top naar de basis en van de basis naar de top en het zorgt ervoor dat informatie aan heel specifieke doelgroepen wordt doorgegeven. Een intermediary framework is in de eerste plaats een onafhankelijk en zelfstandig medium. Een tweede belangrijk kenmerk is dat het een medium is met een eigen beleid, eigen doelstellingen en eigen communicatie. Een derde kenmerk is dat het de mogelijkheid geeft tot tweerichtingsverkeer. Het slaat immers een brug tussen de top en de basis (Rebel, H.J.C, 2000; 2010; persoonlijke communicatie, 17 februari 2012).

In figuur 2: de Werking van een Intermediary Framework, wordt duidelijk welke rol een intermediair kan spelen wat betreft de communicatie tussen de EU en de burger. De Europese Unie is in ons geval de top van de samenleving en het grondvlak behelst alle Europese burgers. Europa wil communiceren naar haar burgers over haar beleid en activiteiten. Dit kan ze op een directe manier doen door rechtstreeks vanuit haar instellingen naar de burger te communiceren. De EU kan er

echter ook voor kiezen om op een indirecte manier te communiceren door een intermediair in te schakelen. Deze intermediair moet mee de communicatie van Europa overbrengen (Rebel, H.J, 2000; 2010; persoonlijke communicatie, 17 februari 2012; EU Communication Plaza, 2012).



Figuur 3: Voorstelling functie intermediary framework. Overgenomen van Research into European Communication (2012) Copyright 2012 van EU Communication Plaza. Afgehaald van [http://www.eucommunicationplaza.org/sites/default/files/downloads/Research\\_into\\_European\\_Union\\_Communication.pdf](http://www.eucommunicationplaza.org/sites/default/files/downloads/Research_into_European_Union_Communication.pdf)

### 6.2.1 Soorten intermediary frameworks

Er zijn heel wat verschillende soorten intermediary frameworks mogelijk (Rebel, H.J, 2000; 2010; persoonlijke communicatie, 17 februari 2012; EU Communication Plaza, 2012).

Zo'n intermediair kan een niet-gouvernementele organisatie (NGO) zijn, een marktorganisatie of een lagere overheidsinstantie.

Een NGO is een organisatie die onafhankelijk is van de overheid en geen winst nastreeft. Zo'n organisatie houdt zich meestal bezig met zaken van algemeen maatschappelijk belang en streeft een politiek of maatschappelijk doel na. Het houdt zich bezig met maatschappelijke onderwerpen zoals mensenrechten, gezondheid, milieubescherming of mensenrechten. Onder een NGO vallen zowel actiegroepen, belangengroepen, drukingsgroepen, ...

Een marktorganisatie is een profitorganisatie die goederen of diensten produceert. Een dergelijke organisatie is vooral bezig met eigen doelen realiseren terwijl NGO's net iets meer bezig zijn met de belangen van de burgers. Met een lagere overheidsinstantie bedoelen we instellingen zoals steden of gemeenten, provincies, een overheid, ...

Deze intermediairs brengen dan heel specifiek de boodschap van de EU over naar een specifieke doelgroep. Stel dat Europa een nieuwe wet in verband met landbouwbeleid uitvaardigt. Dan kan ze haar normale communicatiekanalen aanwenden om die boodschap over te brengen maar ze kan ook een intermediair inschakelen. In dit geval kan de EU kiezen om bijvoorbeeld te gaan samenwerken met de NGO De Boerenbond. Dit is een onafhankelijke organisatie die actief is op het niveau van landbouw. Als de EU hen vraagt om hun boodschap door te geven aan hun aanhangers bereikt de EU meteen diegene die ze willen bereiken met de hulp van een andere organisatie die los staat van de EU zelf. Naast hun eigen communicatie brengen ze dan ook informatie van de EU tot bij hun doelgroep. Bij het kiezen van een intermediary framework moet altijd gekeken worden welke boodschap je wil overbrengen en welke tussenkaders daarvoor het best geschikt zijn en het dichtst bij de doelgroep staan (Rebel, H.J, persoonlijke communicatie, 17 februari 2012; EU Communication Plaza, 2012).



### 6.2.2 Tweerichtingsverkeer

Er wordt een soort van brug gevormd tussen enerzijds de verzender, in dit geval Europa, en de ontvanger, in dit geval de burger. De intermediair zorgt ervoor dat er een overgang tussen beiden is. De intermediair kan enerzijds top-down communiceren. Dat wil zeggen dat er van de top naar beneden informatie wordt doorgegeven. Anderzijds kan de intermediair een doorgeefluik zijn voor informatie van de basis naar de top. Dat heeft dan bottom-up communicatie. In het geval van Europa zou dit, in vergelijking met haar doelstellingen om de burger bij het beleid te betrekken, een goede kans zijn. De burger kan zijn verlangens, vragen en bedenkingen nu ook doorgeven aan de EU zelf door dit intermediary framework dat dichterbij hem staat (Rebel, H.J, persoonlijke communicatie, 17 februari 2012; EU Communication Plaza, 2012; Press officer at the European Commission, 24 april 2012).

### 6.2.3 Rol van de media

Het is belangrijk om een onderscheid te maken tussen een intermediary framework en media. We kunnen stellen dat de EU heel vaak op media vertrouwt om haar informatie door te geven. Er zijn wel al heel wat veranderingen op til wat dat betreft maar heel vaak kwam toch terug dat de EU op media zoals kranten, televisiezenders en ... vertrouwt om haar boodschappen te verspreiden. Media kunnen inderdaad informatie van de EU doorgeven maar deze mogen niet gezien worden als een intermediary framework omdat deze geen volwaardige zelfstandige organisatie zijn. Een intermediary framework heeft haar eigen doelstellingen, haar eigen beleid en communicatie en dat ligt bij media anders. De intermediary frameworks zijn geen pure communicatiekanalen terwijl media dat wel zijn (Rebel, H.J, persoonlijke communicatie, 17 februari 2012).

### 6.2.4 Oorsprong

De term 'intermediary framework' is ontstaan in Nederland en kunnen we vanuit het Engels vertalen naar intermediaire kaders. Toch kunnen we tot in 1600 teruggaan om het ontstaan te definiëren (Rebel, H.J, persoonlijke communicatie, 17 februari 2012; EU Communication Plaza, 2012).

#### 6.2.4.1 '*Le corps intermédiaire*' in Frankrijk

In 1600 sprak men in Frankrijk over '*Le corps intermédiaire*' ten gevolge van de inbreng van Jean Boudin. Jean Boudin was een politiek filosoof uit de 16e eeuw. Hij heeft voor het eerst een beschrijving gegeven van de Franse maatschappij zoals die toen op dat moment was en hij introduceerde ook de term soevereiniteit. De soeverein beschikte over soevereiniteit, wat wilde zeggen dat hij het hoogst mogelijke gezag in een staat had. Een soeverein kon bijvoorbeeld een koning zijn of een keizer. Door dit model van de samenleving, waarin er bovenaan één persoon stond die alles besliste en er onderaan de burger stond, was er de nood om de informatie van bovenaf naar beneden te krijgen. Zo ontstond *Le Corps intermédiaire*, iedere persoon of instantie die tussen de vorst en de burger stond (Rebel, H.J, persoonlijke communicatie, 17 februari 2012; EU Communication Plaza, 2012).

#### 6.2.4.2 '*Intermediary framework*' in Nederland

Toch vindt het begrip zijn ontstaan, volgens Henk-Jan Rebel uiteindelijk in Nederland. In de jaren zeventig gebruikte het ministerie van behuizing, ruimtelijke ordening en milieuzaken al lagere overheidsinstanties om hun boodschappen over huursubsidies en nieuw beleid en nieuwe regels over te brengen aan de burgers helemaal onderaan in de maatschappij (Rebel, H.J, persoonlijke communicatie, 17 februari 2012; EU Communication Plaza, 2012).

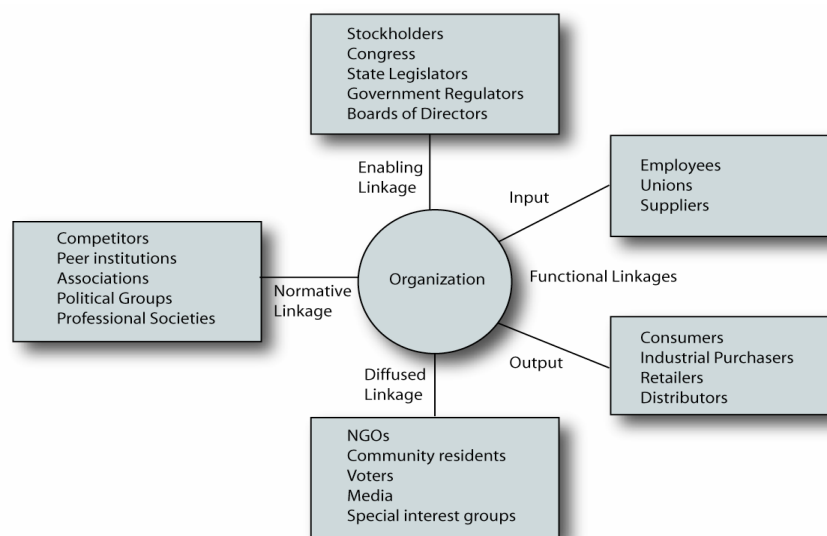
Er was een nieuw beleid uitgestippeld voor armere mensen in de samenleving omtrent de huurprijzen. Het ging om een kabinetsbeleid waarbij minderbedeelden subsidies kregen voor hun huur. Deze subsidie moest echter eerst worden aangevraagd maar het merendeel van de mensen wist niet van het bestaan af, vergat dit of wist niet hoe ze dat moest doen. Het kabinet begreep niet waarom hun goede initiatief niet tot bij de burgers geraakte en gaf de opdracht aan de dienst communicatie om dit uit te dokteren en op te lossen. Toen heeft men bedacht om instanties te gaan gebruiken die dicht bij de burger stonden om hen op die manier beter te kunnen bereiken. Stadsbesturen, gemeentebesturen, provinciale informatiediensten en lokale huisvestingsorganisaties werden ingezet om de informatie over de subsidie over te brengen. De overheid zelf vulde hun communicatie louter aan door brochures en uitzendingen. Dit nieuw uitgedokterde systeem was het begin van een informatieoverdracht die voortaan efficiënter en vlotter de burger zou bereiken. Deze organisaties werden door Jacques Schoenmaker en zijn secretaris Fred Volmer intermediaire kaders genoemd (Rebel, H.J, persoonlijke communicatie, 17 februari 2012; EU Communication Plaza, 2012).

### 6.2.5 Functies van een intermediary framework

Jaren later werd dit concept door de Rijksvoorlichtingsdienst van Nederland en het ministerie van volkshuisvesting, ruimtelijke ordening en milieuhygiëne opgepikt en werd er onderzoek gedaan naar overheidscommunicatie door verschillende scholieren. Zo heeft onder andere Katus in 1985 hieraan gewerkt, maar ook Kees Van Riel in 1986 en Henk-Jan Rebel in 1987 en 2000. Uit die onderzoeken kon uiteindelijk een intermediary frameworks-theoriemodel gemaakt worden. Dit intermediary frameworks-theoriemodel geeft schematisch weer hoe zenders, intermediairen en ontvangers zich tot elkaar verhouden en het is gebaseerd op twee eerder ontwikkelde modellen: het Linkage Model en de two-step-flow theorie (Rebel, H.J, persoonlijke communicatie, 17 februari 2012; EU Communication Plaza, 2012).

#### 6.2.5.1 Linkage model

Het linkage model van Grunig en Hunt (1984) beschrijft hoe je alle belanghebbenden of stakeholders in een organisatie kan identificeren en opdelen. Het geeft vier mogelijke verbindingen of koppelingen aan waarmee de relatie van de stakeholders ten opzichte van de organisatie gedefinieerd kan worden. Deze zijn: 'enabling linkages, functional linkages, diffused linkages en normative linkages.

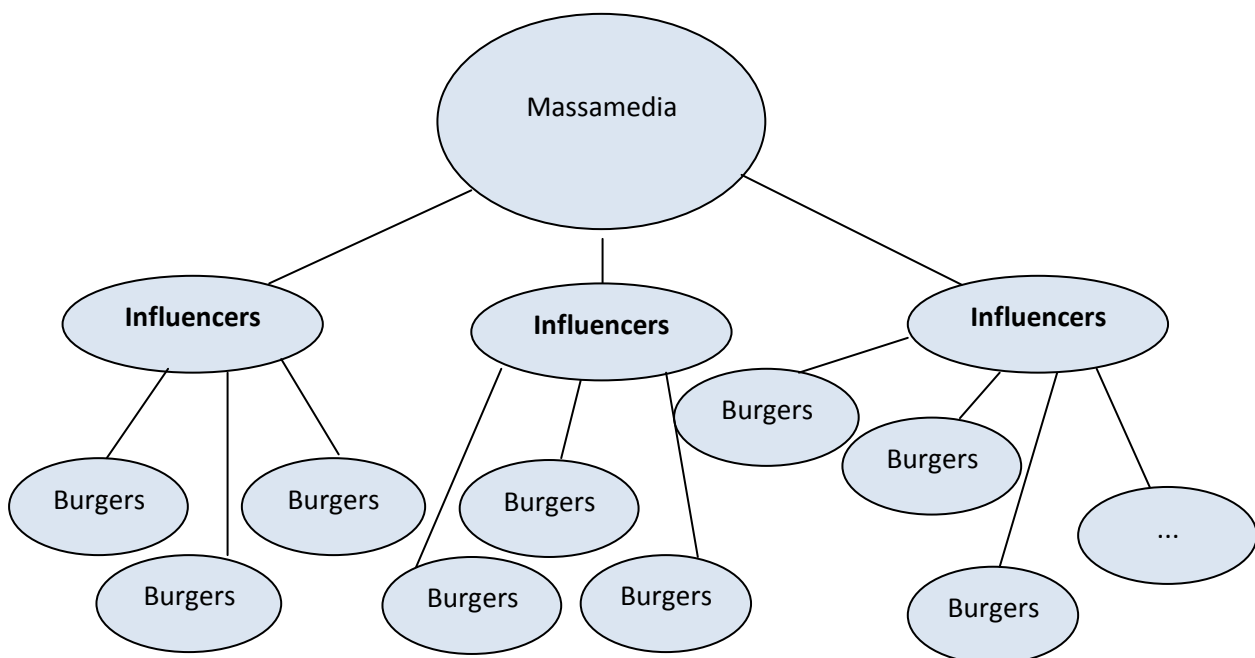


Figuur 4: Linkage model. Overgenomen van *Prioritizing Stakeholders for Public Relations* (2006), Rawlins, B.L. Copyright 2006. Afgehaald van [http://florida4h.net/news/public\\_relations/files/2006\\_Stakeholders.pdf](http://florida4h.net/news/public_relations/files/2006_Stakeholders.pdf)

De 'enabling linkage' duidt op een relatie tussen de organisatie en stakeholders die een bepaalde controle, macht en autoriteit over de organisatie hebben. Deze stakeholders bepalen mee of de organisatie kan bestaan en hoe de organisatie geleid wordt. Denk bijvoorbeeld aan aandeelhouders, de raad van bestuur en wetgevers. De 'functional linkage' betreft de koppeling tussen de organisatie en stakeholders die essentieel zijn voor het functioneren van de organisatie. Deze groep kan ingedeeld worden in twee groepen: input en output. Zo behoren werknemers en leveranciers tot de inputgroep. Het zijn diegene die ervoor zorgen dat de organisatie de juiste middelen heeft om haar bedrijvigheid uit te voeren. In de outputgroep zitten mensen die genieten en gebruik maken van de diensten en producten van de organisatie. Zoals bijvoorbeeld consumenten of handelaars. Een derde mogelijke verbinding uit het linkage model is de 'normative linkage'. De belanghebbenden in deze groep zijn andere organisaties of groeperingen die een gemeenschappelijk belang nastreven en dezelfde waarden, doelen en problemen hebben. Tot slot is er nog een laatste koppeling mogelijk: de 'diffused linkage'. Dit zijn bijvoorbeeld belangengroepen, de media of de samenleving. Het zijn belanghebbenden die geen direct contact hebben met de organisatie en die met de organisatie eerder toevallig in contact komen. Deze groep is dus eerder moeilijk te identificeren.

#### 6.2.5.2 'Two-step-flow'-theorie

De Two-step-flow theorie werd ontworpen door Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson en Hazel Gaudet in de jaren veertig. Naar aanleiding van verkiezingen deed het trio onderzoek naar welke impact media hadden op het stemgedrag van de burgers. In hun model stellen ze dat de media op zich de burger niet kunnen beïnvloeden en dat media dus niet oppermachtig zijn en iedereen kunnen beïnvloeden. Ze stellen dat er 'influencers' zijn die als tussenpersoon opereren tussen de media en de mensen in de samenleving.



Figuur 5: Two-step-flow-model. Overgenomen van Two Step Flow Theory van Katz en Lazarsfeld (1955), Copyright 2012 door de Universiteit van Twente. Afgehaald van

[http://www.utwente.nl/cw/theorieenoverzicht/Theory%20Clusters/Mass%20Media/Two\\_Step\\_Flow\\_Theory-1.doc/](http://www.utwente.nl/cw/theorieenoverzicht/Theory%20Clusters/Mass%20Media/Two_Step_Flow_Theory-1.doc/)

De influencers vangen boodschappen van de media op en ze geven de informatie door aan hun omgeving.

De intermediary frameworks zijn duidelijk te linken aan de 'normatieve linkages' en de 'diffused linkages' uit het Linkage model. De 'normatieve linkages' omdat het organisaties zijn die onafhankelijk werken van de hoofdorganisatie, Europa, maar die wel op een bepaald vlak dezelfde doelen en problemen hebben. Ook is het te linken aan de 'diffused linkages' omdat belangengroepen, de media of NGO's perfect als intermediair kunnen fungeren. Verder sluiten de intermediary frameworks aan bij het de 'Two-Step-Flow'-theorie want de intermediary frameworks opereren, net als de influencers, als intermediair die de volgende in de lijn moet beïnvloeden of informeren.

### **6.2.5.3 'Agenda-setting'-theorie**

Ook deze theorie kunnen we terugvinden in het kader van de intermediary frameworks. Een intermediary framework fungeert als tussenschakel bij het doorgeven van informatie. Op die manier bepaalt het heel vaak zelf welke onderwerpen worden doorgegeven en welke niet. De frameworks bepalen wat het publiek uiteindelijk te horen krijgt en waarmee het publiek uiteindelijk bezig zal zijn. Dit sluit aan bij een eerder gevormde theorie: agenda-setting.

Walter Lippmann schreef in *Public Opinion* (1922) en daarin vormde hij de hypothese dat de media verantwoordelijk zijn voor de manier waarop de samenleving naar bepaalde zaken kijkt. Gebeurtenissen in de wereld worden door de media naar ons toegebracht en zij bepalen niet zozeer wat we denken maar wel waarover we nadenken. Zij zorgen als het ware voor een lijstje in ons hoofd waarmee we bezig zijn. Walter Lippmann plakte er toen nog niet de term agenda-setting op maar hij had dus wel al over het begrip nagedacht en lanceerde een idee dat later nog door andere bestudeerd zou worden (Ghesquiere, G., 2010).

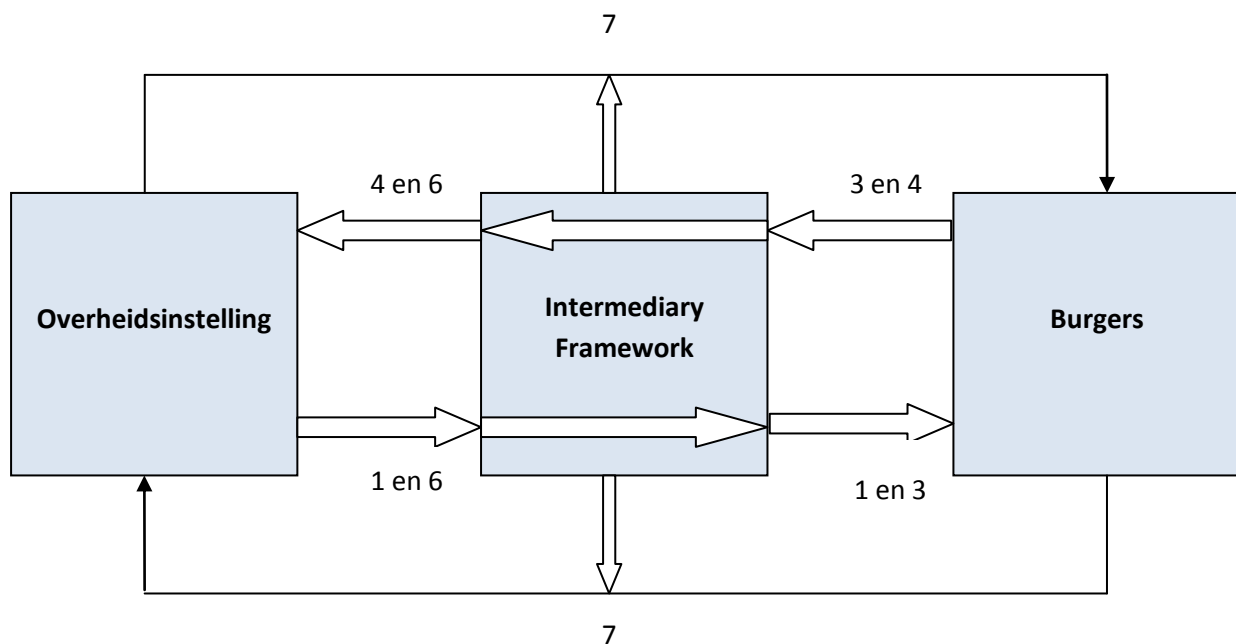
Later ging ook Bernard Cohen (1963) deze theorie bestuderen en hij sloot zich aan bij de ideeën van Lippmann. Hij stelde dat de wereld er voor mensen verschillend kon uitzien naargelang de krant die ze lazen. Media bepaalden welke onderwerpen belangrijk waren en waarover mensen zouden praten. Tot slot volgden Maxwell McCombs en Donald Shaw (1968). Zij lanceerden de term agenda-setting, verder bouwend op de hypothesen van Cohen en Lippmann aan de hand van een onderzoek tijdens verkiezingen in North Carolina. Ze analyseerden gedurende een periode welke onderwerpen de media brachten en hoeveel ruimte daar telkens voor voorzien werd. Belangrijke onderwerpen kregen meer ruimte, minder belangrijke onderwerpen moesten het met minder ruimte stellen. McCombs en Shaw konden zo een media-agenda opstellen en analyseren wat volgens de media het belangrijkste was. Ze ontdekten dat wat voor de media het belangrijkste was ook voor de burger uiteindelijk het belangrijkste was. Er was dus een verband tussen de agenda van de media en die van de burgers. Naargelang de media die de verschillende mensen bekeken, kon de publieke agenda verschillen. Nieuwsmedia bepalen wat de belangrijkste onderwerpen zijn en deze worden door het publiek vervolgens ook als het belangrijkste ervaren (Ghesquiere, 2010).

### **6.2.5.4 Intermediary frameworks: de theorie en hun functies**

Met als basis het linkage model, de agenda-setting theorie, de two-step-flow theorie en de eerdere praktijkervaring van het Nederlandse ministerie kon een model worden opgesteld dat kan helpen met het plannen van communicatie tussen een zender, intermediair en doelgroep. Er zijn verschillende soorten intermediary frameworks mogelijk: profitorganisaties, NGO's, of lagere overheidsinstellingen. Deze maken het mogelijk om informatie door te geven maar ook om feedback

te geven aan de zender. In dit model stelt men dus dat de communicatie een tweerichtingsverkeer is. Het model beschrijft de relaties tussen zender, intermediair en ontvanger. Deze relaties kunnen rechtstreeks zijn als de zender in direct contact staat met de ontvanger maar in het overgrote deel van de gevallen is de afstand tussen de zender en de ontvanger te groot en worden er intermediairen ingeschakeld (Rebel, H.J, 2000; persoonlijke communicatie, 17 februari 2012, EU Communication Plaza, 2012).

Het intermediary frameworks-theory-model ziet er als volgt uit en maakt duidelijk dat een intermediary framework uiteindelijk zeven verschillende functies kan vervullen (Rebel, H.J, 2000; persoonlijke communicatie, 17 februari 2012, EU Communication Plaza, 2012):



Figuur 6: Functies van een intermediary framework. Overgenomen van Research into European Communication (2012) Copyright 2012 van EU Communication Plaza. Afgehaald van

[http://www.eucommunicationplaza.org/sites/default/files/downloads/Research\\_into\\_European\\_Union\\_Communication.pdf](http://www.eucommunicationplaza.org/sites/default/files/downloads/Research_into_European_Union_Communication.pdf)

Verduidelijking van het model en de functies van een intermediary framework:

1. Nummer één in dit model staat voor de '**doorgeefluikfunctie**' (**service hatch**). De overheidsinstelling, Europa, geeft informatie door aan de intermediair en de intermediair geeft informatie door aan de burger. Op die manier treedt een intermediary framework hulpverlenend op. Ze staan in contact met de doelgroepen en proberen hen op eigen initiatief of op verzoek bij te staan en te ondersteunen. Zoals eerder vermeld, is een intermediary framework een onafhankelijke en zelfstandige organisatie. Hierdoor wordt een intermediary framework soms minder bruikbaar als middel om informatie (ongeschonden) over te brengen. Hier moet rekening mee gehouden worden.
2. Nummer twee staat voor de '**springplankfunctie**' (**springboard**) van een intermediary framework. Een framework gaat de informatie die het doorkrijgt van de EU vaak nog

herwerken tot bruikbare en begrijpelijke informatie voor zijn doelpubliek. De intermediair verwerkt de informatie en maakt de informatie meer op maat van zijn doelgroep en tilt dit bij wijze van spreke naar een hoger niveau.

3. Nummer drie staat voor '**societal relief**'. Een intermediary framework is een zender van informatie van de EU maar kan deze zelf een eigen invulling geven. Zo kan een intermediary framework een opvoedende rol spelen en probeert het zijn eigen doelpubliek te beïnvloeden om zo zijn eigen situatie en doel duidelijk te maken aan de burger. De informatie van de EU die nuttig is en aansluit bij hun werkgebied geven ze door zodat ze hun doelpubliek kunnen beïnvloeden en beleren. Omgekeerd kan ook de burger zijn wensen, problemen, bedenkingen, ... doorgeven aan de intermediair en deze proberen te beïnvloeden.
4. Nummer vier staat voor een '**radarfunctie**'. De overheidsinstelling kan zaken opvangen en detecteren via intermediary frameworks. Dit houdt in dat een intermediair peilt naar de informatiebehoefte van hun cliëntgroepen en deze informatie doorspelen naar de hoofdorganisatie, in ons geval de Europese Unie. Een uitstekend voorbeeld hiervan is het EESC. Zij hebben contact met vakbonden, werkgeversorganisaties, ... en deze instellingen peilen in eigen land bij die specifieke groepen wat er leeft en geven dit door aan de Europese instellingen. Ze peilen naar wat de noden en verlangens zijn en geven dit door.
5. Nummer vijf vertegenwoordigt de '**gatekeeping**'- functie of de '**relating**'-functie van een intermediary framework. Een intermediair bepaalt welke informatie van de EU hij doorgeeft en dewelke niet. De intermediair controleert welke informatie er wordt doorgegeven en op welke manier dat gebeurt want hij kan zelf beslissen om zaken toe te voegen, weg te laten of aan te passen. Omgekeerd geldt hetzelfde. Als de intermediair informatie doorkrijgt van de burgers dan bepalen ze ook welke informatie ze wel of niet doorgeven en in welke vorm. Verder kan een intermediair optreden als bemiddelaar tussen zender en ontvanger.
6. Nummer zes staat voor de '**replacement**'- functie van een intermediary framework. Een intermediary framework vertegenwoordigt enerzijds de ontvanger als die in contact staat met de EU. Omgekeerd vertegenwoordigt een intermediary framework de EU soms als hij in contact staat met de burger. Zo'n organisatie spreekt dus vaak in hun naam. Zo heeft een intermediair een beetje een plaatsvervangende functie omdat ze opkomen voor de belangen van ofwel de zender ofwel de ontvanger.
7. Nummer zeven staat voor **directe interactie**. De zender, de EU, kan ervoor kiezen om rechtstreeks naar de ontvanger, een middenveldorganisatie, een NGO, een belangengroep, ... te communiceren zonder een intermediair in te schakelen en ook omgekeerd kan dit voorvallen. De intermediair kan rechtstreeks de EU in contacteren. Meestal gebeurt dit via telefoon, e-mail, de post, ...

#### **6.2.5.5 Functieverschuiving naargelang positie van een intermediary framework**

Het is belangrijk om in het achterhoofd te houden dat naargelang de positie van een intermediary framework, de ene functie meer van toepassing is dan een andere (EU Communication Plaza, 2012). De ene intermediair staat dicht bij de EU dan een andere en een andere staat dan weer dicht bij de burger dan bij de EU.

Volgens het model is het zo dat hoe dicht een intermediary framework bij de EU staat, hoe sterker de 'replacement'-functie en de doorgeefluikfunctie is. Het is vanzelfsprekend dat als een organisatie

dicht bij de EU staat, deze sneller Europese informatie doorgeeft en sneller in naam van de EU zal spreken.

Verder stelt het model ook dat wanneer een intermediary framework dicht bij de burger staat, hoe sterker de 'societal relief'-functie en de 'radar'-functie is. Het is logisch dat wanneer een organisatie dicht bij het volk staat, men veel sneller zaken oppikt. Ook is het handiger om de noden en verlangens van de burger te leren kennen en die over te brengen.

Als een intermediary framework zich in het midden van de zender en de ontvanger positioneert dan zit er evenveel afstand tussen de intermediair en de zender of de ontvanger. De intermediair heeft door zijn positie in het midden meer onafhankelijkheid en daardoor zal bij zulke organisaties de 'springplank'-functie en de 'relating'-functie sterker zijn. Deze stelling van het model is ook makkelijk te verklaren. Als een intermediary framework meer onafhankelijkheid heeft dan zal het vrijer zijn om de informatie die hij doorkrijgt zelf te verwerken en aan te passen.

Door het model kan je nu makkelijk de intermediary frameworks indelen naargelang hun functie. Op die manier wordt het makkelijk om te bekijken welke intermediairen beter of minder geschikt zijn voor een bepaalde communicatieoverdracht.

### 6.3 Officiële frameworks in de Europese Unie

De EU doet vandaag al een beroep op het middenveld om haar boodschap over te brengen, dat is gebleken uit verschillende bronnen<sup>13</sup>. De EU wil de burgers en bedrijven in de EU op een efficiënte manier bereiken en informeren over hun rechten en mogelijkheden binnen de Unie en de EU begrijpt meer dan ooit dat het niet altijd mogelijk is om rechtstreeks vanuit de Commissie, het Parlement, de Raad of ... te communiceren omdat de afstand van deze instellingen tot de burger vaak te groot of onoverbrugbaar is.

Zo heeft de EU de laatste jaren zelf initiatief genomen om diensten op te richten die dicht bij de bevolking staan en die de boodschap mee kunnen uitdragen die elk gericht zijn op een specifiek doelpubliek (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie (2009). Deze instellingen richten zich naar de burger op nationaal, regionaal en lokaal niveau en bieden elk op een bepaald terrein ondersteuning. Ook deze diensten voorzien tweerichtingsverkeer, net zoals van een intermediary framework verwacht wordt.

In de strenge betekenis van een intermediary framework, zijn deze diensten geen intermediary framework te noemen omdat ze afstammen van de EU (medewerker bij de Europese Commissie, persoonlijke communicatie, 24 april 2012; Rebel, H.J, persoonlijke communicatie, 17 februari 2012). Toch kunnen we ze als dusdanig zien omdat ze toch ieder hun eigen werking en doelen hebben

---

<sup>13</sup> (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2009; Docent aan de universiteit van Utrecht en onderzoeker intermediary frameworks, persoonlijke communicatie, 17 februari 2012; Afdelingshoofd communicatiedienst bij de Vlaamse overheid, persoonlijke communicatie, 21 februari 2012; Coördinator bij Europe Direct Antwerpen, persoonlijke communicatie, 29 februari 2012; Liaison officer VLEVA, persoonlijke communicatie, 20 maart 2012; Medewerker bij de vertegenwoordiging van de Europese Commissie in België, persoonlijke communicatie, 22 maart 2012; Directeur bij het Informatiebureau van het Europees Parlement in Nederland, persoonlijke communicatie, 30 maart 2012; Coördinator bij Europe Direct in de provincie Vlaams-Brabant, persoonlijke communicatie, 6 april 2012; Press Officer at the European Commission, persoonlijke communicatie, 24 april 2012).

onafhankelijk van de EU. De EU controleert deze instellingen wel maar wat betreft hun werking zijn deze instellingen zelfstandig.

### 6.3.1 Formelere en informele intermediairen: twee types EU-promotoren

Bij intermediary frameworks kunnen we twee types onderscheiden (Expertgroep Memori, 25 mei 2012). Er zijn formele en informele intermediary frameworks. Er zijn intermediary frameworks die van door de EU aangesteld zijn en er ook eventueel door gefinancierd worden. Deze frameworks werken actief samen met de EU, en worden erdoor gecontroleerd. Het zijn frameworks die hun bestaansreden vinden in het communiceren over de EU en waarvan hun werking volledig rond de EU draait. Deze intermediairen zijn formele EU-promotoren.

Er zijn ook frameworks die hun eigen beleid en eigen werking hebben en die niet of weinig gefinancierd worden door de EU. Het zijn frameworks die zo nu en dan wel eens samenwerken met de EU of die zo nu en dan informatie over de EU verspreiden. Dit zijn informele EU-promotoren. Ze hebben hun eigen werking en communiceren sporadisch over de EU maar wel door hun eigen bril. Ze hebben rechtstreeks niets met de EU te maken maar ze kunnen wel onrechtstreeks een rol spelen.

### 6.2.2 Jacques Delors en intermediary frameworks in de EU

Jacques Delors is een Fransman die heel actief was bij de Europese Unie. Hij was afgevaardigde van het Europees Parlement van 1979 tot 1981 en in 1985 werd hij voorzitter van de Europese Commissie tot 1995. Hij heeft een heel belangrijke rol gespeeld in de ingebruikname van intermediary frameworks bij de EU. Hij stelde dat als Europa zijn doel wilde bereiken, het moest steunen op het maatschappelijk middenveld of andere organisaties die als tussenpersoon konden fungeren. Hij heeft er zelf ook voor gezorgd dat de EU een heel aantal intermediary frameworks zelf heeft opgericht. Jacques Delors probeerde een evenwicht te vormen tussen de commerciële belangen van uit de profitsectoren en de niet-commerciële belangen van organisaties. Hij wilde een evenwichtige spreiding van invloeden bereiken. Ook wel 'level playing field'<sup>14</sup> genoemd. Alle belangen moeten evenveel doorwegen en dat is in Europa wel het geval (Rebel, H.J, 17 februari 2012).

### 6.2.3 Officiële intermediary frameworks van de EU

Momenteel zijn er 21 officiële diensten actief in de EU (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2009). Deze 21 diensten kunnen we zien als intermediary frameworks. We kunnen dus stellen dat de EU al regelmatig gebruik maakt van intermediairen. Deze 21 instellingen zijn rechtstreeks opgericht door de EU en worden ook door de EU gefinancierd. Natuurlijk gebruikt de EU ook nog andere organisaties om mee samen te werken die volledig losstaan van de EU zelf.

#### 6.2.3.1 Intermediary frameworks voor burgers in het algemeen

**Europa Direct Contact Centre** is een kosteloze dienst die is opgericht voor het algemeen publiek, zoals burgers, studenten en ondernemingen. Het is een centraal contactpunt waar de burger terecht kan met al zijn vragen over het beleid, zijn rechten of de mogelijkheden binnen de EU. Jaarlijks beantwoordt de dienst 100,000 vragen en is gevestigd in Brussel. De burger kan het Europe Direct Contact Centre bereiken via e-mail of telefoon. Deze centra zijn een uitstekend voorbeeld van een

---

<sup>14</sup> Level Playing field is een term die gebruikt wordt om te verwijzen naar een omgeving waarin iedereen dezelfde regels moet volgen en dezelfde kansen krijgt. Het is een soort rechtvaardigheidsprincipe.



intermediair omdat ze een brug vormen tussen de EU en de burger (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2009).

**Europa Direct** is net zoals het Europa Direct Contact centre een informatiecentrum. Alleen zijn er in tegenstelling tot het Europa Direct Contact centre meerdere Europa Directs. In elke lidstaat vind je meerdere Europa Directs. Er zijn er zo'n 500-tal verspreid in alle lidstaten. Deze Europa Directs vormen een brug tussen de burger en de EU op lokaal niveau. De burger kan bij deze diensten terecht met al zijn vragen. Zo verstrekt Europa Direct informatie over de instellingen van de EU en haar beleid. Verder zet zo'n dienst zich in om lokale en regionale debatten over de EU te stimuleren en verspreidt het informatie van de EU. Deze centra ontvangen jaarlijks ongeveer 900,000 burgers en krijgen jaarlijks zo'n 200,000 telefoontjes en 300,000 e-mails. Europa Direct is, meer nog dan het Europa Direct Contact Centre, een goed intermediary framework want het zorgt ervoor dat de EU op nationaal vlak naar de burger toegebracht wordt. Zelfs niet alleen nationaal, want er zijn meerdere Europa Directs per lidstaat. Regionaal kan de burger een antwoord krijgen op zijn vragen (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2009; Medewerker bij Europe Direct Antwerpen, persoonlijke communicatie, 29 februari 2012).

**European Movement International (2012)** is een internationale organisatie dat zich met heel uiteenlopende onderwerpen bezighoudt zoals politiek, economie en sociale en culturele trends in de samenleving. Het is haar doel om een verenigd Europa te creëren waarin vrede, vrijheid, democratie, solidariteit en respect voor de mensenrechten aanwezig is. Het probeert structuren, debatten, ... op te zetten zodat de burger en maatschappelijke organisaties meewerken aan de creatie van een dergelijk verenigd Europa. Deze NGO oefent enorme invloed uit op iedereen in Europa en op de Europese instellingen. In heel wat Europese landen is deze organisatie ook aanwezig. Zo heeft ook België haar eigen afdeling: De Europese Beweging België (2012). Via deze weg is de EU opnieuw nationaal aanwezig in een land en wordt de EU toch weer net een stapje dichterbij de burger gebracht (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2009).

### **6.2.3.2 Intermediary frameworks voor ondernemers en zelfstandigen**

De **Wegwijzerdienst** geeft gratis individueel advies aan burgers en meerbepaald aan zelfstandigen en is aanwezig in alle lidstaten. Jaarlijks behandelt de dienst zo'n 10,000 vragen. De dienst richt zich vooral op het verstrekken van informatie over grensoverschrijdende onderwerpen. Zo gaat het vaak over de interne marktregels, sociale zekerheidskwesties, vragen in verband met verblijfsrechten, ... De medewerkers lichten wetgevingen toe en verwijzen de burger naar de juiste instantie door. Ook deze instantie is een perfect voorbeeld van een intermediair. Het is een instelling die speciaal in het leven geroepen is om een brug te vormen van de EU naar een specifieke doelgroep (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2009).

**Solvit** is een dienst van de EU die zich vooral richt op ondernemers. Solvit probeert oplossingen te bieden voor burgers en bedrijven met grensoverschrijdende problemen die ontstaan als een overheidsinstantie de EU-wetgeving verkeerd toepast. Als een bedrijf in een ander land zaken doet, dan kunnen er zich wel eens problemen stellen. Solvit probeert deze dan op te lossen. De meest behandelde zaken waar Solvit zich mee bezig houdt, hebben te maken met erkenning van beroepskwalificaties, sociale zekerheid, belasting, en markttoegang voor producten en diensten. In elke lidstaat is er een Solvit-dienst en als er een probleem is werken de diensten samen om dit op te lossen. In 83 procent van de gevallen wordt het probleem opgelost volgens de cijfers van de EU.

Solvit vervult een mooie rol als intermediair tussen de EU en haar wetgeving en de burger. De organisatie richt zich tot een specifieke doelgroep en is nationaal toegankelijk (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2009).

**Enterprise Europe Network** is een dienst die zich richt op een doelgroep bestaande uit bedrijven en dan vooral de middelgrote tot kleine bedrijven. De dienst verleent gratis advies en biedt allerlei bedrijfsdiensten en innovatieondersteunde diensten aan. Bedrijven kunnen bij deze dienst terecht voor het vinden van een zakenpartner. Verder geven deze diensten informatie over EU-wetgevingen en moedigen ze bedrijven aan tot het uitwisselen van onderzoeksresultaten en ervaringen. Ze informeren zich ook over de behoeften en wensen van de bedrijven en ze verstrekken de bedrijven informatie over de financieringsmogelijkheden van de EU. In elke lidstaat kan je zo'n dienst terugvinden. Hierdoor wordt de EU weer net iets dichterbij de burger gebracht (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2009).

### **6.2.3.3 Intermediary frameworks voor studenten en jongeren**

**Eurodesk** is een dienst die zich richt op jongeren en allerlei vragen beantwoordt over EU-onderwerpen die betrekking hebben op jongeren. Zo kunnen deze diensten de jongeren verder helpen met vragen over studeren in het buitenland, of vragen over het jeugdbeleid van de EU. Verder kunnen ze jongeren verder helpen met financieringsmogelijkheden als die een buitenlandse stage of studiemogelijkheid ambiëren. Tot slot organiseren deze diensten nog allerlei activiteiten en campagnes op scholen om jongeren bewust te maken over een aantal EU-problemen. Eurodesk kan je ook in elke lidstaat terugvinden. Eurodesk is dus ook een intermediair die een verbinding maakt tussen de EU en de burger, en dan meerbepaald de jongeren in Europa. De instelling geeft informatie over concreet beleid van de EU en brengt dit bij de juiste doelgroep (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2009).

**Europese Documentatiecentra (ECD)** zijn diensten die onderwijs en onderzoek naar Europese integratie willen stimuleren en ontwikkelen. Ze richten zich daarvoor op universiteiten en onderzoeksinstituten. Verder moedigen de centra hun doelgroep ook aan om deel te nemen aan debatten over Europese onderwerpen. Tot slot willen ze de burger in het algemeen ook bijstaan als ze informatie zoeken over het beleid van de EU. In de eerste plaats bestaat hun doelgroep uit studenten, maar in de tweede plaats zijn ook onderzoekers en het algemene publiek welkom. De ECD's zijn terug te vinden in elke lidstaat, met uitzondering van Luxemburg. ECD brengt, net zoals de voorgaande intermediary frameworks, de EU bij de burger. Heel gericht brengen ze informatie bij de doelgroep op nationaal niveau (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2009).

**De Nationale Informatiecentra voor academische erkenning (Naric)** zijn diensten van de EU die zich bezighouden met de academische erkenning van diploma's en studietijdvakken in de EU en in partnerlanden. De diensten geven onder andere informatie over de erkenning van buitenlandse diploma's, graden en onderwijsstelsels. Verder helpen ze ook als je als student in het buitenland gaat studeren door de student te informeren over beurzen en leningen. In elke lidstaat zijn zulke centra te vinden waardoor het beleid van de EU weer iets dichterbij de burger gebracht wordt (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2009).

**Euroguidance** is een dienst die zich in de eerste plaats op jongeren richt en in tweede instantie op werknemers. Euroguidance houdt zich bezig met loopbaanbegeleiding in 31 Europese landen. In elk

van deze 31 landen bevindt zich zo'n dienst en daardoor wordt de EU en haar beleid en initiatieven bij de burger gebracht en dan specifiek tot bij de jongeren. De dienst helpt nationale beroepskeuzeadviseurs door hen nieuwe leer- en loopbaanmogelijkheden te leren begrijpen zodat burgers, die in een ander land willen werken of studeren, door hen beter kunnen geholpen worden. De nationale beroepskeuzeadviseurs kunnen via het internet in een databank allerlei projecten en initiatieven vinden op het gebied van loopbaanbegeleidingen. De burger kan zich ook rechtstreeks tot deze diensten richten (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2009).

#### **6.2.3.4 Intermediary frameworks voor werkzoekenden, werknemers en werkgevers**

**Het Europees Economisch en Sociaal Comité (EESC)** is een instelling van de EU die een adviserende functie heeft. Als de Europese Commissie, het Europees Parlement of de Raad beslissen over wetsvoorstellen dan staat het EESC hen daarin bij door adviezen te formuleren. Verder fungeert dit orgaan als radar om op te vangen wat leeft bij de burgers en dan vooral bij het maatschappelijk middenveld. Ze voeren overleg met werkgeversorganisaties, werknemersorganisaties, landbouwers, consumentenorganisaties, milieubewegingen, ... Zo kan het EESC onderwerpen op de agenda proberen te zetten van de Commissie, het Parlement of de Raad. Het EESC is alweer een uitstekend voorbeeld van een intermediary framework. Het fungeert als link tussen de EU en de burger, en het middenveld (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2009; het Europees Parlement, 2010, p.47; Medewerker bij de Europese Commissie, persoonlijke communicatie, 24 april 2012).

**Eures** is een netwerk van verschillende openbare diensten voor arbeidsvoorziening, vakbonden en werkgeversorganisaties. De dienst richt zich in eerste instantie op werkzoekenden en in tweede instantie ook op werkgevers. De dienst wil ervoor zorgen dat werken in het buitenland vergemakkelijkt wordt. Daarom staan er medewerkers en een efficiënte website ter beschikking die helpen bij het vinden van een job in het buitenland. De medewerkers verlenen ook informatie over het desbetreffende land in verband met wetgevingen, juridische en administratieve kwesties, gezondheid, leven in het buitenland enzovoort. Verder helpen ze de werkgevers om mensen te werven in het buitenland. In elke lidstaat is Eures aanwezig en ook de website is een belangrijk medium. Deze dienst en haar website zorgen ervoor dat informatie over de EU makkelijker en lokaal meer toegankelijk wordt voor de Europese burger (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2009; Europese Gemeenschappen, 2008).

**De contactpunten voor de erkenning van de beroepskwalificaties** zijn contactpunten, verspreid over de EU-lidstaten, die zich richten op werknemers met een gereguleerd beroep die in het buitenland willen gaan werken. Ze proberen deze werknemers te ondersteunen als ze in het buitenland gaan werken. De contactpunten geven onder andere informatie over de procedure voor de erkenning van kwalificaties of ze geven juridisch advies. De contactpunten kunnen bezocht worden of zijn per telefoon of e-mail bereikbaar en op die manier kan de burger op eenvoudige wijze, dicht bij hem, meer over de EU te weten komen. Zo vormt er zich opnieuw een mooie link tussen de EU en de burger (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2009).

**Europass-centra** zijn centra verspreid in de EU-lidstaten en zijn gericht op werkzoekenden. Doordat ook deze centra nationaal terug te vinden zijn, heeft de burger een aanspreekpunt dicht bij zich. Alweer wordt Europa op die manier dicht bij de burger gebracht en wordt er een mooie verbinding tussen de top en de basis gemaakt.

De centra promoten de Europass-documenten<sup>15</sup> en zorgen voor het beheer van Europass Mobiliteitsdocumenten. Verder verstrekken ze informatie aan organisaties en burgers. Het doel van de Europass-documenten is zorgen voor transparantie en het vergemakkelijken van het vinden van een job in het buitenland. Werkgevers kunnen makkelijk werknemers vergelijken doordat iedereen eenzelfde soort documenten heeft (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2009; Directoraat-Generaal Onderwijs en Cultuur van de Europese Commissie, 2012).

#### **6.2.3.5 Intermediary frameworks voor consumenten**

**Netwerk van Europese Consumentencentra of Europees centrum voor de consument ( ECC-net)** is een netwerk dat het vertrouwen van de consument wil vergroten. De centra zijn opgericht voor als een consument een aankoop in het buitenland doet. Ze geven informatie over hun rechten als consument en geven advies en ondersteuning bij klachten of geschillen. Zo zijn de centra vooral actief bij de aankoop van vliegreizen, producten die niet werken, vertragingen bij leveringen of een slechte dienstverlening. De centra zijn ook in alle lidstaten te vinden. Het ECC-net is een manier om de burger in contact te brengen met Europees beleid en de deelname aan dat beleid. Doordat deze instelling bestaat, kan de burger makkelijk informatie inwinnen over beleid dat van de EU-instellingen bovenaan komt (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2009).

**Fin-net** is een netwerk van nationale diensten die zich bezighouden met financiële geschillenbeslechting in het buitenland en dat zich richt op consumenten. Nationale instanties die in eigen land zich bezighouden met klachten over financiële diensten in het buitenland kunnen bij dit netwerk terecht voor informatie. Fin-net houdt zich onder andere bezig met geschillen tussen consumenten en financiële dienstverleners. Fin-net is opnieuw een goede intermediair van de EU. Europees beleid wordt via Fin-net doorgegeven aan het middenveld die het op hun beurt weer doorgeven aan de doelgroep in kwestie (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2009).

#### **6.2.3.6 Intermediary frameworks voor onderzoekers**

**Euraxes** is een dienst die onderzoekers kunnen aanspreken wanneer ze in een ander Europees land willen wonen en werken. In alle Europese landen is er zo'n dienst. De diensten geven gratis individuele hulp wanneer je als onderzoeker naar het buitenland wil verhuizen en daar werken. Zo helpen ze je verder met huisvesting, taalcursussen of werkvergunningen. Ook helpen ze je verder met het vinden van een job in de onderzoekssector in het buitenland. Euraxes draagt op die manier bij tot de verspreiding van Europees beleid en wetgeving. Het brengt specifieke informatie bij een specifieke doelgroep en daardoor helpt het de burger in zijn zoektocht naar informatie (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2009).

#### **6.2.3.7 Intermediary frameworks voor financieringsprogramma's**

Ongeveer twintig procent van de Europese begroting wordt gespendeerd aan programma's, fondsen, subsidies of aanbestedingen. Ook vandaag financiert de EU een heleboel zaken: het Zevende

---

<sup>15</sup> **Europass-documenten** helpen werkzoekenden hun kwalificaties en competenties duidelijk te presenteren. Hierdoor zorgen ze voor transparantie en kan iedereen in Europa de documenten makkelijker begrijpen en evalueren. Europass omvat vijf documenten: Het Europass CV, het Europass Taalpaspoort, Europass Mobiliteit, een verslag van iedere leerervaring in het buitenland en het Europass Certificaatsupplement en Diplomasupplement. De CV en het Taalpaspoort kunnen gratis online ingevuld worden en de andere documenten worden pas uitgereikt als iemand een opleiding voltooid heeft.

Kaderprogramma voor onderzoek en technologische ontwikkeling<sup>16</sup>, Media<sup>17</sup>, Een Leven Lang Leren<sup>18</sup>, Jeugd<sup>19</sup>, 'Cultuur'<sup>20</sup> en Tempus<sup>21</sup>. De EU wil deze projecten en initiatieven graag in de kijker zetten en de burger laten weten waar ze mee bezig zijn en waar de EU in investeert. Daarom hebben deze projecten in de eerste plaats hun eigen website waardoor ze informatie kunnen doorgeven. Toch heeft de EU voor deze financieringsprogramma's ook gebruik gemaakt van intermediären. Zo is er in elke lidstaat een nationaal contactpunt dat informatie geeft over het project. Door nationaal zo'n contactpunten op te richten proberen ze hun projecten dichterbij de burger te brengen en hen te laten weten waarmee ze bezig zijn. Nationaal sta je immers dichterbij dan wanneer een EU-instelling aan de top iets zou gaan communiceren (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2009; Europese Commissie, 2012).

#### **6.2.3.8 Europese Agentschappen als intermediary frameworks**

De EU heeft een heel aantal agentschappen opgericht die de lidstaten en de Europese burgers moeten ondersteunen. Deze agentschappen zijn verspreid overheen de Europese lidstaten en deze agentschappen voeren juridische, technische en / of wetenschappelijke taken uit. Er zijn regelgevende agentschappen, er zijn agentschappen die het Euratom-verdrag uitvoeren en er zijn ook nog uitvoerende agentschappen. Elk van die agentschappen zijn verantwoordelijk voor hun eigen onderwerp. Zo heb je bijvoorbeeld 'Het European Aviation Safety Centre', dit bevindt zich in Duitsland, en het agentschap voor de voedselveiligheid, dat zich in Italië bevindt. Deze agentschappen fungeren ook als intermediair. Ze vormen een tussenstap tussen het beleid van de EU en de burger voor wie het beleid geldt. Elke agentschap communiceert over zijn expertisegebied en brengt daarover specifieke boodschappen. (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie, 2009; Medewerker bij de Europese Commissie, persoonlijke communicatie, 24 april 2012).

---

<sup>16</sup> **Het Zevende Kaderprogramma voor Onderzoek en Technologische Ontwikkeling (FP7)** is een samenwerking en financiering van de EU op het gebied van onderzoek. Het betreft het verspreiden van onderzoeksresultaten, financiering van grensoverschrijdend onderzoek, loopbaanbegeleiding en de verbetering van onderzoeksinfrastructuur.

<sup>17</sup> **Media** is een financieringsprogramma van de EU voor de ontwikkeling, verspreiding en bevordering van film en audiovisuele producties. Verder probeert de EU ook advies te geven aan vakmensen in de sector.

<sup>18</sup> **Een Leven Lang leren** is een financieringsprogramma van de EU dat zich bezig houdt met opleidingen, uitwisselingsprojecten onder studenten, stages, onderwijs voor volwassenen, ...

<sup>19</sup> De EU financiert allerlei projecten voor jongeren waarbij verschillende partners samenwerken rond het programma: '**Jeugd in Actie**'. Men ijvert voor het activeren van de burgers, voor solidariteit en verdraagzaamheid.

<sup>20</sup> Ook op het vlak van **cultuur** heeft de EU financieringsprojecten lopen. Ze proberen de mobiliteit van kunstenaars te verbeteren en ijveren voor de ondersteuning van culturele activiteiten.

<sup>21</sup> **Tempus** is een financieringsprogramma van de EU waarmee men het hoger onderwijs in niet-EU-landen wil verbeteren. Men probeert dit te doen door gezamenlijke projecten te organiseren en structuurmaatregelen te nemen.

#### 6.2.4 Aanzet voor het in kaart brengen van officiële intermediary frameworks en indeling

Na een geschreven overzicht van een aantal officiële intermediary frameworks van de EU, hebben we deze proberen in te delen in een tabel. In figuur ' Officiële intermediary frameworks van de EU' op de volgende pagina kan u dat overzicht raadplegen. We benadrukken graag dat dit een niet-limitatieve lijst is die een aantal intermediary frameworks van de EU weergeeft die we tijdens ons onderzoek zijn tegengekomen. De lijst is dus niet exhaustief.

Verduidelijking van de tabel:

- In de eerste kolom zijn allerlei diensten en instanties van de Europese Unie weergegeven. Deze instellingen kunnen potentieel als een intermediary framework van de EU gezien worden. Ze vormen potentieel een brug tussen de beleidsorganen van de EU aan de top en de burger aan de basis. Elke instelling richt zich specifiek tot een bepaalde doelgroep en houdt zich specifiek met een aantal thema's en onderwerpen bezig. Elk van deze instellingen zijn onafhankelijk van de EU wat betreft hun beleid en werking maar ze worden wel door de EU gecontroleerd en meestal ook gefinancierd.
- In de kolom 'Themagerichte organisatie' kan aangekruist worden of de instelling al dan niet rond een bepaalde thematiek werkt. Hiermee wordt bedoeld of de organisatie al dan niet rond een bepaald onderwerp werkt zoals bijvoorbeeld leefmilieu, ouderenzorg, werkgelegenheid, ...
- In de daaropvolgende kolom 'Doelgroepgerichte organisatie' kan worden aangekruist of de instelling zich al dan niet naar een bepaalde doelgroep richt zoals bijvoorbeeld Eures dat zich richt op werknemers en werkgevers of Euraxes dat zich richt op onderzoekers.
- In de voorlaatste kolom 'Lokaal of regionaal gerichte organisatie' kan aangeduid worden of de organisatie regionaal of lokaal actief is of niet.
- In de laatste kolom kan worden aangeduid of de instelling een 'Europa-promotor' is of niet. Een Europa-promotor is een instelling die actief informeert over en /of promotie maakt voor de EU-instellingen. Zo'n Europapromotor werkt actief samen met de EU. Een instelling wordt niet als een promotor gezien als ze slechts sporadisch iets over de EU vermeldt of Europese informatie doorgeeft. Er moet een samenwerking tussen beiden zijn waarbij er actief wordt samengewerkt rond bepaalde thema's. Voor deze instellingen van de EU geldt dat al deze instellingen Europa-promotor zijn. Het zijn formele instanties van de EU die actief met de EU samenwerken.

## 6.2.5 Tabel met officiële intermediary frameworks van de EU en indeling

	Themagerichte organisatie	Doelgroepgerichte organisatie	Lokaal / regionaal gerichte organisatie	Europa-promotor
<b>Instellingen en diensten van de EU</b>				
	Europees Economisch en sociaal comité (EESC)	X	X	X
	Eures	X	X	X
	Europe Enterprise Network	X	X	X
	Solvit	X	X	X
	Europda Direct	X	X	X
	Europe Direct Contact Centre	X	X	X
	Wegwijzersdienst	X	X	X
	Eurodesk	X	X	X
	Europese Documentatiecentra	X	X	X
	Naric	X	X	X
	Euroguidance	X	X	X
	Contactpunten voor de erkenning van beroepskwalificaties	X	X	X
	Europass-centra	X	X	X
	Europees Centrum voor de Consument (ECC-net)	X	X	X
	Fin-net	X	X	X
	Euraxes	X	X	X
	European Movement International	X	X	X
	European Aviation Safety Centre (EASA)	X	X	X
	Agentschappen ( Bijvoorbeeld het voedselagentschap)	X	X	X
	...			

Figuur 7: Officiële intermediary frameworks van de EU. Zelf samengestelde tabel op basis van Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie (juni 2009). *EU-informatie- en ondersteuningsdiensten* (brochure).

\* Deze lijst is een niet-limitatief eerste aanzet van wat officiële intermediary frameworks van de EU kunnen zijn. Deze lijst is niet exhaustief. Het betreft louter intermediary frameworks die we in de loop van ons onderzoek zijn tegengekomen

## 6.4 Frameworks in België

De intermediary frameworks van de Europese Unie zijn een eerste stap om de boodschappen van de EU bij de burger te brengen. Het blijven echter officiële instellingen van de EU. Ze werken onafhankelijk van de EU maar worden er wel door gecontroleerd en gefinancierd. Het zijn echter niet de enige intermediairen die door de EU ingezet worden. Per lidstaat bekijkt de EU ook met welke organisaties, die onafhankelijk zijn van de EU, het kan samenwerken (Medewerker bij de Europese Commissie, persoonlijke communicatie, 24 april 2012). In dit onderdeel schetsen we welke intermediary frameworks er in België zijn en proberen we ze in te delen.

### 6.4.1 Gebruik van intermediary frameworks in België

Uit ons onderzoek is gebleken dat de EU al op een heel groot aantal organisaties beroep doet om haar boodschappen bij de burger te brengen. Heel wat organisaties worden al als intermediair gebruikt<sup>22</sup>. Uit ons onderzoek en via de interviews is gebleken dat dit ofwel NGO's, overheidsinstellingen uit België of brancheorganisaties zijn. Hieronder bespreken we een aantal van de intermediary frameworks.

#### 6.4.1.1 Belgische overheidsinstellingen als intermediary frameworks

In België zijn er verschillende overheidsinstellingen die samenwerken met de EU en Europese boodschappen dicht bij de burger brengen. Op Federaal, Vlaams, provinciaal en lokaal niveau zijn er verschillende intermediairen te onderscheiden. Zo is er op Vlaams niveau: het ministerie van Onderwijs en buitenlandse zaken, Cultuurnet, verschillende hogescholen, universiteiten, lagere en middelbare scholen. Ook VDAB, de Vlaamse Vereniging van Verkeersveiligheid en de Vlaamse Hogescholenraad zijn voorbeelden van intermediary frameworks op Vlaams niveau. Hieronder bespreken we een aantal voorbeelden op Vlaams Niveau:

- **Het Ministerie van Onderwijs** (ministerie van onderwijs, 2012) is één van de ministeries van de Vlaamse regering in België en is bevoegd voor allerlei zaken die met onderwijs en ontwikkeling te maken hebben. Het ministerie is onderverdeeld in verschillende agentschappen: het Agentschap voor Hoger Onderwijs en Volwassenenonderwijs, het Agentschap voor Infrastructuur in het Onderwijs, het Agentschap voor Onderwijscommunicatie en het Agentschap voor Onderwijsdiensten. Het ministerie geeft een eigen tijdschrift uit: Klasse. Doordat de Vlaamse overheid gebruik maakt van verschillende ministeries kan er gericht gecommuniceerd worden. Het ministerie van onderwijs is een intermediair, weliswaar nog vrij gesitueerd aan de top, maar het is al een lagere overheidsinstantie dan de Vlaamse regering. Op die manier komen ze toch al net een stap dicht bij de burger en kan er in hun geval gericht gecommuniceerd worden.
- **CultuurNet Vlaanderen** (Cultuurnet, 2012) is ontstaan in 2002 naar aanleiding van de Vlaamse overheid die mensen zin wilde geven om cultuur op te snuiven. Om dit te bereiken heeft CultuurNet Vlaanderen een informatienetwerk uitgebouwd waarin het samenwerkt

---

<sup>22</sup> (Docent aan de universiteit van Utrecht en onderzoeker intermediary frameworks, persoonlijke communicatie, 17 februari 2012; Afdelingshoofd communicatiedienst bij de Vlaamse overheid, persoonlijke communicatie, 21 februari 2012; Coördinator bij Europe Direct Antwerpen, persoonlijke communicatie, 29 februari 2012; Liaison officer VLEVA, persoonlijke communicatie, 20 maart 2012; Medewerker bij de vertegenwoordiging van de Europese Commissie in België, persoonlijke communicatie, 22 maart 2012; Directeur bij het Informatiebureau van het Europees Parlement in Nederland, persoonlijke communicatie, 30 maart 2012; Coördinator bij Europe Direct in de provincie Vlaams-Brabant, persoonlijke communicatie, 6 april 2012; Press Officer at the European Commission, persoonlijke communicatie, 24 april 2012).



met verschillende regionale en lokale partners. Dit informatienetwerk werd 'Uit in ...' gedoopt. Alle partners bieden een 'UITagenda' aan en daardoor vinden mensen gemakkelijk hun weg naar het cultuuraanbod in hun eigen omgeving. Deze UITagenda kan geraadpleegd worden via de website of via magazines van de partners. Om het de partners makkelijk te maken om het cultuuraanbod in beeld te brengen is er een speciale UITdatabank opgericht waar iedereen zijn evenement of activiteit in kan plaatsen. Cultuurnet Vlaanderen richt zich ook niet alleen op jongeren en volwassenen maar denkt ook aan de allerkleinsten. Zo heeft het 'Vlieg' opgericht, en het is bedoeld om kinderen onder de twaalf jaar aan te spreken en hen te informeren over culturele activiteiten in de eigen omgeving. De Vlaamse overheid probeert dus via een samenwerking met partners haar beleidsdoelen over te brengen en te realiseren. Het is een mooi voorbeeld van hoe intermediairen, in dit geval cultuur, bij de mensen proberen te brengen. Als de Vlaamse overheid dit zou doen en erover zou communiceren dan zou dit project misschien minder goed slagen omdat ze verder van de burger af staan. In dit geval wordt er regionaal en lokaal gecommuniceerd en richt men zich op het cultuuraanbod in eigen regio. Men biedt zaken aan die dicht bij de burger staan, en ze kunnen in de eigen omgeving van cultuur proeven en dat zorgt voor een veel groter bereik dan wanneer enkel de Vlaamse overheid dit alleen zou aanpakken.

- **Hogescholen en universiteiten** in Vlaanderen fungeren, net zoals de **lagere en middelbare scholen**, ook heel vaak als intermediair. De Vlaamse overheid zet een bepaald beleid uit wat betreft onderwijs, jongeren, ... Ze kunnen dan beslissen om als overheid, die eigenlijk relatief ver staat van de burger, te communiceren. Ze kunnen echter ook universiteiten, hogescholen en lagere en middelbare scholen inschakelen om de informatie bij de doelgroep te brengen. Deze intermediairen zijn uitermate geschikt om dit te doen. Ze staan dicht bij de burger en kunnen hen op de juiste manier benaderen. De informatie zal ook veel beter aankomen en een groter bereik kennen dan wanneer de Vlaamse of Federale overheid op eigen houtje zou communiceren.
- **De Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling en beroepsopleiding ( VDAB )** bestaat sinds 1989 en staat onder toezicht van de Vlaamse minister van begroting, financiën, werk, ruimtelijke ordening en sport en erfgoed. VDAB is een dienst die de Vlaamse burgers wil helpen met het vinden van een job en het ontwikkelen van hun vaardigheden met het oog op het vinden van een job. VDAB doet voornamelijk aan arbeidsbemiddeling, competentieontwikkeling en loopbaandienstverlening. Deze organisatie fungeert als intermediair tussen de Vlaamse overheid en de burger, en dan meer bepaald de werkzoekenden of werknemers. Ook in deze tijd waarin elke lidstaat van de EU meer en meer ook volgens de wetten van Europa te werk gaat, helpt de intermediair ook het beleid van de EU naar de burger brengen. Het is een instantie die heel dicht bij de burger staat en die makkelijk aanspreekbaar is aangezien er verschillende lokale centra zijn. VDAB vormt een ideale brug tussen een overheidsinstelling en haar doelgroep (VDAB, 2012).

Op provinciaal niveau zijn er ook heel wat intermediary frameworks terug te vinden. Zo fungeren de provincies zelf vaak als intermediair en ook de provinciehuizen zijn er een. Verder heb je Europa Direct, dat gefinancierd wordt door de provincies, en de Vereniging van de Vlaamse Provincies. Hieronder bespreken we deze voorbeelden:

- **Provincies** kunnen ook als intermediary framework optreden. België is onderverdeeld in provincies en per provincie geldt er ook een eigen provinciaal regiobeleid. De provincies kunnen informatie van de EU doorspelen aan de steden en gemeenten binnen hun provincie. Zo speelt de provincie Antwerpen informatie door aan bijvoorbeeld de stad Mechelen. Vandaag de dag gebeurt dit al op grote schaal. Ook een **provinciehuus** (Provinciehuus, 2012) kan op dezelfde manier een intermediaire rol vervullen. De **Vereniging van Vlaamse Provincies ( VVP )** (VVSG, 2012) is ook een intermediary framework op provinciaal niveau. De vereniging vormt een verzameling van de Vlaamse provincies en werkt nauw samen met de Belgische overheden. Ze houden zich bezig met zaken die alle provincies aangaan en kunnen een goede schakel zijn tussen de instellingen van de EU en de Belgische instellingen naar de burger toe (Coördinator VVSG Internationaal bij Vereniging van Vlaamse Steden en Gemeenten, persoonlijke communicatie, 16 mei 2012).
- **Europa Direct** is, zoals we in het hoofdstuk van Europese intermediairen al besproken hebben, in de eerste plaats een framework dat is opgericht door de EU (Europa Direct, 2012). Het was de EU die deze centra heeft opgericht. Toch hoort het bij de Belgische intermediairen op provinciaal niveau omdat deze centra heel sterk door de provincies gesubsidieerd worden. Europa Direct vormt een regionaal aanspreekpunt voor alle burgers in die provincie om informatie te vergaren over de EU en daardoor is het het framework bij uitstek om te communiceren over de EU. Europa Direct is als het ware een intermediary framework van de Europese Commissie, het Europees Parlement en de Raad. Daarenboven maakt Europa Direct ook zelf nog gebruik van tussenpersonen om zijn boodschap over de EU bij de juiste doelgroep te krijgen. Zo verklaarden ze dat ze wel eens studentenverenigingen inschakelden om boodschappen door te geven aan jongeren. Het bestaan van zo'n Europa Direct of het feit dat ook zij gebruik maken van intermediary frameworks zoals studentenverenigingen maken dat dit een goede manier is om een specifieke doelgroep beter te bereiken. Europa Direct werkt verder ook heel nauw samen met Stichting Ryckvelde<sup>23</sup> ( Medewerker bij Europe Direct Antwerpen, persoonlijke communicatie, 29 februari 2012).

Tot slot zijn er ook op lokaal niveau overheidsinstellingen die fungeren als framework voor de EU in België. Zo heb je de Vereniging van Vlaamse Steden en Gemeenten, intercommunales, de steden en gemeenten op zich en het Kenniscentrum voor Steden en Gemeenten die als intermediary framework optreden. Deze staan nog een stapje dichterbij de burger dan de provincies en kunnen daardoor de burger nog beter bereiken met Europees beleid en initiatieven. Hieronder bespreken we een aantal voorbeelden.

- **Steden en gemeenten** in België kunnen ook als tussenschakel fungeren om de EU of de Belgische overheden dichterbij de burger te brengen. Vandaag de dag gebeurt dit al uitvoerig maar het zou nog beter kunnen. Uit ons onderzoek konden we afleiden dat heel wat steden en gemeenten vandaag al Europese informatie doorgeven maar dat dit eerder beperkt is. Als ze communiceren dan gaat het vaak over subsidies. De steden en gemeenten geven zelf aan dat dit in de toekomst beter kan. De **VVSG, de Vereniging van Vlaamse Steden en Gemeenten** (VVSG, 2012), zou ook als intermediair kunnen optreden (

---

<sup>23</sup> Stichting Ryckvelde wordt in het hoofdstuk 6.3.1.3 Belgische NGO's als IMF uitgebreid besproken.

Medewerker bij VVSG, persoonlijke communicatie, 16 mei 2012). Het is een vereniging die alle Vlaamse steden en gemeenten bij elkaar brengt en hun gemeenschappelijke belangen nastreeft. VVSG komt op voor de 308 gemeenten in Vlaanderen, OCMW's en lokale besturen bij de Vlaamse overheid. Daardoor onderhoudt het een goed contact met de Vlaamse overheid en kan het dus op een goede manier informatie doorgeven.

- In België zijn er ook **intercommunales** (intercommunales, 2012) actief. Dit zijn een aantal gemeenten die zich verenigen en samenwerken op een bepaald gebied. Bijvoorbeeld voor het ophalen van afval. Ook deze intercommunales kunnen als intermediary framework fungeren. Het is een soort samenwerking tussen gemeenten en gemeenten staan dicht bij de burger. Verder werken ze samen op een bepaald gebied en kan de informatie die via hen wordt doorgegeven ook heel doelgroepgericht zijn.

#### **6.4.1.2 Belgische Brancheorganisaties als intermediary frameworks**

Vaak kunnen ook brancheorganisaties een brug vormen tussen de EU en de burger (Rebel, H.J, persoonlijke communicatie, 17 februari 2012). Deze organisaties staan vaak dicht bij de burger en hebben een specifiek doelpubliek. Doordat een brancheorganisatie een soort vereniging is die eenzelfde doel nastreeft, is het een uitstekende intermediair die ook meteen een specifiek doelpubliek kan bereiken. Een brancheorganisatie streeft vaak de belangen van de leden na en ze maken heel vaak gebruik van lobbying en onderhandelen vaak. Verder houden ze vaak bijeenkomsten. In België zijn er al heel wat brancheorganisaties die ingezet worden als framework. Zo is er de Boerenbond, Unizo, het Vlaams Steunpunt Vrijwilligerswerk, de Gezinsbond, de Vlaamse Confederatie Bouw, Vito, het Ondernemersplatform, VOKA, VEV, ... Hieronder bespreken we er een aantal:

**Boerenbond** (2012) is de grootste brancheorganisatie in België voor de landbouwers. Het is een organisatie die de belangen van zijn leden verdedigt. Deze organisatie is lokaal actief in meer dan 190 afdelingen en telt zo'n 16 000 leden. Deze leden zijn voornamelijk land- of tuinbouwers. De Boerenbond staat in nauw contact met de Belgische overheden en haar leden. Als de Boerenbond dus Europese informatie zou doorkrijgen die hen aanbelangt dan is de Boerenbond een ideale intermediair. Vandaag de dag communiceert de Boerenbond al over de EU en dat gebeurt voornamelijk via hun tijdschrift 'Boer en Tuinder'. Dit is een tijdschrift dat elk lid wekelijks krijgt. In dat blad komt er syndicaal, economisch, juridisch en sociaal nieuws aan bod en het is vooral gericht op haar doelgroep, mensen die met land- en tuinbouw bezig zijn. Er wordt bericht gegeven over allerlei beleidsveranderingen die van invloed op de leden zijn. Ook Europees nieuws vindt hierin zijn plaats. Boerenbond is een mooi voorbeeld van een intermediary framework dat al op een slimme manier bericht geeft over de EU en haar beslissingen bij de juiste doelgroep (Medewerker bij Boerenbond, persoonlijke communicatie, 30 mei 2012).

**De Unie van Zelfstandige Ondernemers (Unizo)** (Unizo, 2012) is ook een Vlaams intermediary framework. Unizo is een ondernemersorganisatie die zo'n 85 000 ondernemers zoals zelfstandigen, KMO's, vrije beroepen, ... verenigt. Net zoals Boerenbond kan Unizo communiceren over Europese onderwerpen aan haar leden. Unizo staat heel dicht bij haar leden en weet perfect de noden en behoeften van zijn leden te herkennen. Als Unizo informatie van bovenhand binnenkrijgt weten ze perfect of hun doelgroep hierin geïnteresseerd zal zijn en kunnen ze die aan hun achterban

doorgeven. Informatie die, als het via de EU rechtstreeks gecommuniceerd zou worden, misschien nooit tot bij hen geraakt zou zijn, kan nu aan de juiste doelgroep doorgegeven worden.

**Vzw Toeristische Attracties** is een vzw die allerlei pretparken, musea, indoor-speeltuinen, ... verenigt. De vzw is actief in alle provincies in Vlaanderen en wil het voor de burger makkelijk maken om een vrijetijdsinvulling te vinden. Vzw toeristische attracties fungeert als intermediary framework omdat het een brug is tussen enerzijds de bevoegde ministers en de speeltuinen, musea, pretparken, ... die aangesloten zijn bij de vzw (Vzw Toeristische attracties, 2012).

#### **6.4.1.3 Belgische NGO's als intermediary frameworks**

Zoals in elk land zijn er ook in België heel wat non-profit organisaties die zich inzetten voor de maatschappij. Deze instellingen kunnen ook heel goed de functie van intermediair vervullen omdat ook deze heel specifieke doelgroepen hebben (Rebel, H.J, persoonlijke communicatie, 2012). De groep van NGO's die als intermediair kunnen fungeren, is enorm groot. NGO's zijn heel divers en er zijn heel uiteenlopende organisaties die als intermediair kunnen fungeren. In België zijn er al een aantal die vandaag al als intermediary framework fungeren. Zo heb je bijvoorbeeld 11.11.11, Amnesty International, het ACW, Stichting Ryckvelde, Childfocus, ...

Hieronder bespreken we een aantal NGO's die als intermediary framework fungeren. We maken hiervoor een onderscheid tussen NGO's die fungeren als Europapromotor en NGO's die dat niet zijn (Expertgroep Memori, 25 mei 2012). Een NGO die als Europapromotor fungeert is een NGO die zijn bestaansreden vindt in het communiceren over de EU. Een NGO dat geen Europapromotor is, is een NGO die zijn eigen doelen heeft en zijn bestaansreden op een ander domein heeft. Zo'n NGO informeert slechts sporadisch en in bijzaak over de EU. Beide types kunnen optreden als intermediair.

#### **NGO's die fungeren als Europapromotor:**

- **Het Vlaams-Europees Verbindingsagentschap (VLEVA)** (Vleva, 2012) is een vzw die is opgericht om de link te maken tussen de Vlaamse Overheid, het middenveld en de Europese Unie (Medewerker bij VLEVA, persoonlijke communicatie, 20 maart 2012). VLEVA probeert een efficiënte samenwerking te creëren tussen de Vlaamse overheid en het Vlaamse middenveld om zo de betrokkenheid bij Europees beleid te stimuleren en te vereenvoudigen.

VLEVA is in de eerste plaats een kennismakelaar. Het verzamelt alle Europese informatie, hertaalt deze en geeft deze dan uiteindelijk door. Op die manier probeert het duidelijk te maken aan haar Vlaamse partners wat de EU te bieden heeft en beantwoordt het de vraag: 'What's in it for me?'. Per dag screent VLEVA een 100-tal websites op nieuws van de EU-instellingen en netwerken. Het vertaalt deze informatie, maar belangrijker, hertaalt deze ook naar het Vlaamse middenveld en de Vlaamse overheid. Op die manier weten deze welke impact de EU heeft op hen. Verder is VLEVA ook een netwerkbouwer. Het brengt alle partners samen en probeert deze partners met elkaar in contact te brengen. Daarenboven is het ook een belangenbehartiger. VLEVA is niet meteen gericht op lobbying maar het probeert er wel voor te zorgen dat Vlaams beleid wordt meegenomen op Europees niveau. Daarom probeert het de lobbying tussen de Vlaamse Overheid en het middenveld zo gemakkelijk mogelijk te maken. Tot slot is het ook een projectbegeleider. VLEVA heeft op haar site de 'subsidiewijzer'. Dit luik is speciaal ontworpen zodat partners heel gemakkelijk

een overzicht kunnen raadplegen van alle mogelijke subsidies. Verder is de site heel erg gericht op 'Vraag en antwoord'. Als iemand vragen heeft, dan kunnen ze hun vraag aan VLEVA stellen en dan verwijst het door of geeft het uitleg (Medewerker bij VLEVA, persoonlijke communicatie, 20 maart 2012).

VLEVA is een goed voorbeeld van een framework. Het is een intermediair tussen de EU en de Vlaamse Overheid en het middenveld. Verder gebruikt VLEVA ook zelf intermediary frameworks om haar communicatieboodschappen door te geven. Vandaag werkt VLEVA samen met 21 organisaties<sup>24</sup> uit het middenveld. Zo werkt VLEVA onder andere samen met Boerenbond, VOKA, Unizo, Gezinsbond, Vereniging van Vlaamse Steden en Gemeenten (VVSG), Vereniging van Vlaamse Provincies (VVP), ... VLEVA is uniek op dat vlak omdat ze al die organisaties bij elkaar brengt.

- **Stichting Ryckvelde** (Ryckvelde, 2012) is een vzw die al 55 jaar over Europa communiceert op mensenmaat. Het wil de EU dichterbij de burger brengen en de 'EU' uitleggen aan de burger. Ryckvelde probeert zowel jongeren als volwassenen vertrouwd te maken met de EU en hen enthousiast te maken om mee te werken aan allerhande initiatieven van de EU. De stichting geeft informatie, probeert te motiveren en te activeren. Om hun doelgroep de EU te laten leren kennen, organiseert Ryckvelde conferenties, campagnes, en evenementen. Het voorziet ook educatief materiaal. Verder ondersteunt Ryckvelde grensoverschrijdende projecten en subsidieprogramma's en maakt het brochures en handleidingen ( Medewerker bij Ryckvelde, persoonlijke communicatie, 13 mei 2012).

#### **NGO's die geen Europapromotor zijn:**

- **Het ACW** staat voor **Algemeen Christelijk Werknemersverbond** (ACW, 2012) en het vormt de koepel boven alle Christelijke werknemersorganisaties. Solidariteit, rechtvaardigheid, participatieve democratie, rechtvaardigheid en duurzaamheid zijn centrale waarden van het ACW. Een tweede ijverpunt is het realiseren van een brede **sociale beweging** die aanwezig is in elke gemeente. Uniek aan het ACW is dat het een sociaal beleid ook omzet in **concrete acties en beleidsvoorstellen** levert aan de politiek. Het ACW is alweer een goede intermediair omdat het nauw samenwerkt met de Belgische overheden en een nauw contact heeft met haar eigen organisaties in het middenveld. ACW is de koepelorganisatie boven de Christelijke mutualiteit (CM), Algemeen Christelijk Vakverbond (ACV), OKRA, KAJ, Kwb Eensgezind, Pasar, ... Deze organisaties staan heel dicht op lokaal niveau bij de burger. Als het ACW de info die het doorkrijgt van bovenaf, doorspeelt naar haar organisaties dan kan dit een groot publiek gericht bereiken. Als ze informatie doorkrijgen op het vlak van gezondheidszorg dan kunnen ze dit doorspelen naar al hun lokale kantoren van CM, krijgen ze informatie door in verband met jongeren dan kunnen ze dat doorspelen naar al de lokale kantoren van KAJ, en zo verder. Het ACW is op dat vlak een perfect voorbeeld van een

---

<sup>24</sup> **VLEVA-partners:** Brussels Airport Company, Boerenbond, Essenscia, Gemeentelijk Havenbedrijf Antwerpen, Gezinsbond, Havenbedrijf Gent, Het Gemeenschapsonderwijs, Kenniscentrum Sociaal Europa (KCSE), Maatschappij van de Brugse Zeevaartinrichtingen (MBZ), Vlaamse Confederatie Bouw (VCB), Unie van Zelfstandige Ondernemers (UNIZO), Vereniging van de Vlaamse Provincies (VVP), Vereniging van de Vlaamse Steden en Gemeenten (VVSG), Vito, Vlaams Netwerk van Ondernemingen - Vlaams-Economisch Verbond (VOKA-VEV), VKW, het Ondernemersplatform, Vlaamse Hogescholenraad (VLHORA), Vlaamse Interuniversitaire Raad (VLIR), Vlaams Secretariaat van het Katholiek Onderwijs (VSKO), VVM De Lijn, Waterwegen en Zeekanaal (Wenz).

intermediair die de boodschappen van de EU en van Belgische overheden dichterbij de burger kan brengen (Medewerker bij ACW, persoonlijke communicatie, 23 mei 2012).

In het algemeen kunnen dus ook andere **mutualiteiten** in België perfect die rol als intermediary framework op zich nemen. Ze staan lokaal in contact met de burger en zijn bezig met één bepaald onderwerp. Ze zijn perfect in staat om informatie van de EU over gezondheid, ziekte, invaliditeit, ... door te geven aan de burger. De burger kiest er ook specifiek zelf voor om naar een mutualiteit te stappen om informatie over dat onderwerp te krijgen, dus het zijn burgers die ook meteen geïnteresseerd zijn in die bepaalde informatie.

- **De Gezinsbond** (Gezinsbond, 2012) is een organisatie opkomt voor de gezinnen in Vlaanderen en Brussel. Momenteel telt de organisatie zo'n 280 000 gezinnen die lid van de Gezinsbond. Dit is een heel grote groep. Deze organisatie is ook een goede intermediair die op zijn beurt informatie van de EU kan doorgeven aan de burger. Als de EU een nieuw gezinsbeleid uitvaardigt en dit veranderen teweeg brengt in ons land dan kan de Gezinsbond deze informatie makkelijk aan haar leden doorgeven. Informatie komt zo makkelijk bij de doelgroep.
- **Studentenverenigingen** worden ook ingeschakeld als intermediair. **JEF, VRG en Economica** zijn hier goede voorbeelden van. Europa Direct, VLEVA, ... spreken deze verenigingen aan om op die manier Europese informatie aan te bieden aan de doelgroep. Tot op vandaag is dit steeds succesvol gebleken.
- **Bond Beter Leefmilieu** (Bond Beter Leefmilieu, 2012) is een NGO die meer dan 140 natuur- en milieuverenigingen in Vlaanderen samenbrengt en opkomt voor een beter milieu en een gezondere natuur. Bond Beter Leefmilieu treedt in interactie met politici en bedrijfsleiders om dit te bereiken. De vzw heeft een achterban van ongeveer 200 000 leden en WWF, Natuurpunt, en Greenpeace zijn slechts drie van de partners van Bond Beter Leefmilieu. De vzw is actief in het middenveld en de organisatie vindt het belangrijk om mensen een stem te geven en hen te laten wegen op het beleid, maar ook om hen te informeren.

#### 6.4.2 Aanzet voor het in kaart brengen van intermediary frameworks in België en indeling

Na een geschreven overzicht van een aantal potentiële intermediary frameworks in België, hebben we deze proberen in te delen in een tabel. In figuur ' Intermediary frameworks in België' op de volgende pagina kan u dat overzicht raadplegen. We benadrukken graag dat dit een niet-limitatieve lijst is die een aantal intermediary frameworks in België weergeeft die we tijdens ons onderzoek zijn tegengekomen. De lijst is dus niet exhaustief.

Verduidelijking van de tabel:

- In de eerste kolom zijn allerlei organisaties weergegeven. Deze instellingen kunnen potentieel als een intermediary framework van de EU gezien worden. Ze vormen potentieel een brug tussen de beleidsorganen van de EU aan de top en de burger aan de basis. Elke instelling richt zich specifiek tot een bepaalde doelgroep en houdt zich specifiek met een aantal thema's en onderwerpen bezig. Elk van deze instellingen zijn onafhankelijk van de EU wat betreft hun beleid en werking.
- Verder is in kolom één ook een onderscheid gemaakt tussen verschillende soorten frameworks. Sommige intermediairen zijn overheidsinstellingen op Federaal, Vlaams, provinciaal of lokaal niveau , andere zijn brancheorganisaties, nog andere zijn NGO's en tot slot is het ook mogelijk dat personen fungeren als intermediair.
- In de kolom 'Themagerichte organisatie' kan aangekruist worden of de instelling rond een bepaalde thematiek werkt of niet. Hiermee wordt bedoeld of de organisatie al dan niet rond een bepaald onderwerp werkt zoals bijvoorbeeld leefmilieu, ouderenzorg, ...
- In de daaropvolgende kolom 'Doelgroepgerichte organisatie' kan worden aangekruist of de instelling zich al dan niet naar een bepaalde doelgroep richt zoals bijvoorbeeld Boerenbond die zich op landbouwers richt of een andere organisatie die zich richt op studenten.
- In de voorlaatste kolom 'Lokaal of regionaal gerichte organisatie' kan aangeduid worden of de organisatie regionaal of lokaal actief is of niet.
- In de laatste kolom kan worden aangeduid of de instelling een 'Europa-promotor' is of niet. Een Europa-promotor is een instelling die actief informeert over en /of promotie maakt voor de EU-instellingen. Zo'n Europapromotor werkt actief samen met de EU. Een instelling wordt niet als een promotor gezien als ze slechts sporadisch iets over de EU vermeldt of informatie doorgeeft. Een niet-EU-promotor heeft zijn eigen doelen en heeft niet als bestaansreden iets over de EU te brengen. Het is voor hen bijzaak. Er moet een samenwerking tussen beiden zijn waarbij er actief wordt samengewerkt rond bepaalde thema's om als EU-promotor gezien te worden.

### 6.3.2 Tabel intermediary frameworks in België: indeling

		Themagerichte organisatie	Doelgroepgerichte organisatie	Lokaal / regionaal gerichte organisatie	Europapromotor
<b>Overheidsinstellingen</b>					
<b>Op Federaal niveau</b>	Buitenlandse Zaken	X			X
	Belgisch Instituut voor Verkeersveiligheid (BIVV)	X			
	...				
<b>Op Vlaams niveau</b>	Ministerie van Onderwijs	X	X		
	Onderwijsinstellingen	X	X		
	Cultuurnet	X			
	Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling - VDAB	X	X	X	
	Vlaamse Vereniging Verkeersveiligheid	X			
	Vlaamse Hogescholenraad - VLOHRA	X			
	Vlaamse Interuniversitaire Raad - VLIR	X			
	Vlaamse Contactpunten Communautaire actieprogramma's (structuurfondsen)	X			X
	Kinderrechtencommissariaat	X	X		
	Vlaamse Vervoersmaatschappij De Lijn	X			
	...				
<b>Op provinciaal niveau</b>	Provincies			X	
	Provinciehuizen			X	
	Europa Direct	X		X	X
	Vereniging van de Vlaamse Provincies - VVP			X	X
	...				
<b>Op lokaal niveau</b>	Vereniging van Vlaamse Steden en Gemeenten - VVSG		X	X	X
	Intercommunales	X		X	
	Steden en gemeenten ( Jeugddienst, milieudienst, cultuurdienst, ... )			X	
	Kenniscentrum Vlaamse Steden en Gemeenten	X		X	
	...				



		Themagerichte organisatie	Doelgroepgerichte organisatie	Lokaal / regionaal gerichte organisatie	Europapromotor
<b>Brancheorganisaties</b>					
	Boerenbond		X		
	UNIZO		X		
	Vlaamse Confederatie Bouw	X	X		
	Kortom	X	X		
	Vito	X	X		
	Vlaams Netwerk van Ondernemingen - VOKA en Vlaams Economisch Verbond -VEV	X	X		
	Ondernemersplatform - VKW	X	X		
	Vzw Toeristische Attracties	X	X	X	
	Belgische federatie van de autocar industrie	X			
	...				
<b>NGO's</b>					
<b>EU-promotoren</b>	VLEVA	X			X
	Ryckvelde	X			X
	Europa Kring Antwerpen	X		X	X
	...				
<b>Niet-EU-promotoren</b>	11.11.11	X			
	Bond Beter Leefmilieu	X			
	ACW	X			
	Mutualiteiten	X			
	Vakbonden	X	X		
	Amnesty International	X	X		
	World Wildlife Fund	X	X		
	Vrouwenbelangengroepen	X	X		
	Koning Boudewijnstichting				
	Jint VZW	X	X		
	JEF	X	X	X	
	Economica	X	X	X	
	VRG	X	X	X	
	Kleur Bekennen	X	X		
	Evens Stichting				
	De Buren	X			

		Themagerichte organisatie	Doelgroepgerichte organisatie	Lokaal / regionaal gerichte organisatie	Europapromotor
	ActUA	X		X	
	Itinera	X			
	Vlaams Steunpunt Vrijwilligerswerk	X	X		
	Gezinsbond		X		
	Forum Erfgoedverenigingen	X		X	
	...				
<b>Personen</b>					
	Lobbyisten				
	Ambassadeurs / Bekenden				
	Bloggers				
	...				

Figuur 8: Intermediary frameworks in België. Zelf samengestelde tabel op basis van de interviews met sleutelfiguren.

\* Deze lijst is een niet-limitatief eerste aanzet van wat officiële intermediary frameworks van de EU kunnen zijn. Deze lijst is niet exhaustief. Het betreft louter intermediary frameworks die we in de loop van ons onderzoek zijn tegengekomen

## 7. Ervaringen met intermediary frameworks

Zowel de Europese Unie, als de Belgische en Nederlandse overheden maken gebruik van intermediary frameworks om dichterbij de burger te komen, dat kunnen we uit vorige hoofdstukken concluderen. Uit de interviews en het bestuderen van de functies van een intermediary framework is gebleken dat de inzet van frameworks nuttig is en dat het bijdraagt tot een betere en meer persoonlijke communicatie.

Het gebruik van officiële intermediary frameworks bewijzen hun nut. Zo wordt de overkoepelende informatie-instelling van de EU, het Europe Direct Contact Centre, jaarlijks ongeveer door 100 000 mensen gecontacteerd met een vraag. Ook de Europa Directs in de lidstaten hebben jaarlijks ongeveer 900 000 burgers die hen contacteren met een vraag. Deze centra beantwoorden ongeveer 200 000 oproepen en 300 000 e-mailberichten. Euraxes behandelde meer dan 120 000 vragen van onderzoekers en begeleidde ook nog eens 20 000 van hen. Deze cijfers tonen aan dat de officiële frameworks nuttig zijn en overduidelijk door de Europese burger gebruikt worden (Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie (2009).

Toch moet men hun succes ook nuanceren wetende dat de EU zo'n 500 miljoen inwoners heeft (Europese Unie, 2012). Een vergelijking tussen het aantal inwoners en de aantallen die een beroep doen op de officiële instellingen is gering. Daarom is het ook belangrijk om te bekijken hoe de onofficiële frameworks scoren. Uit onze interviews kunnen we stellen dat via de onofficiële frameworks ook heel wat mensen bereikt worden. België telt ongeveer 10 miljoen inwoners en Boerenbond heeft bijvoorbeeld 16 000 leden (Boerenbond, 2012) dit zijn telkens 16 000 mensen uit de doelgroep die bereikt worden.

### 7.1 Voordelen bij het gebruik van intermediary frameworks

Intermediary frameworks kunnen heel wat voordelen bieden voor de communicatie van de EU. Het inzetten van intermediary frameworks kan zo bijdragen tot het realiseren van haar doelstellingen en kan leiden tot een efficiënter en groter bereik van haar doelgroepen (Rebel, H.J, persoonlijke communicatie, 17 februari 2012).

#### 7.1.1 Verbinding tussen de top en de basis

Het grootste voordeel dat we bij het gebruik van een intermediary framework konden vaststellen en dat al de ondervraagden aankaartten, was het feit dat een intermediary framework een verbinding kan creëren tussen de Unie aan de top en de burger aan de basis. Vandaag is uit Europees onderzoek gebleken dat er soms nog een te grote afstand zit tussen de EU en haar burgers. Het is voor vele burgers zeggebaar een 'ver van hun bed show'. De intermediary frameworks kunnen hiervoor een mogelijk deel van de oplossing bieden. Intermediary frameworks zijn organisaties in een bepaald lang die fungeren als doorgeefluik, het kunnen ook middenveldorganisaties zijn zoals bijvoorbeeld het ACW in België. Zulke organisaties staan al een heel pak dichterbij de burger dan een grote instelling aan de top. Doordat een intermediair dichterbij de burger staat kan het ook beter belangrijke informatie doorgeven aan de burger. Een burger komt veel sneller in contact met een organisatie uit het middenveld of een organisatie uit eigen land dan met een Europese instelling. Een burger gaat nu

eenmaal niet snel zelf informatie opzoeken op de EU-website of via een folder. Met het middenveld of een organisatie uit eigen land komen ze sneller in contact en zo kunnen die efficiënter informatie doorgeven. Al onze sleutelfiguren zagen dit voordeel van intermediairen ook in en vermeldden dit tijdens het interview.

#### 7.1.2 Aanspreking van specifieke doelgroepen met informatie op maat

Als je een intermediary framework goed kiest, levert dit ook een groot voordeel op. Je kan door het gebruik van een intermediary framework immers een specifieke doelgroep bereiken met een specifieke boodschap (Medewerker bij de Europese Commissie, persoonlijk gesprek, 24 april 2012; Rebel, H.J, persoonlijke communicatie, 17 februari 2012). Als de Commissie bijvoorbeeld beslist heeft om een nieuw landbouwbeleid te voeren of subsidies toe te kennen. Dan wil het dit zo goed mogelijk en zo snel mogelijk ook aan de juiste mensen, de boeren, laten weten. Als er dan gekozen wordt voor een intermediair die in deze sector actief is, zoals bijvoorbeeld een Boerenbond, dan bereikt de EU via een middenveldorganisatie de juiste doelgroep. Een intermediary framework maakt het dus mogelijk om een specifieke doelgroep te bereiken. Deze organisatie en haar achterban is ook meteen een doelgroep die geïnteresseerd is in dat bepaalde onderwerp. Een intermediary framework laat het daardoor ook toe om efficiënter en doelgerichter te communiceren.

#### 7.1.3 Hefboomwerking van een intermediary framework

Een intermediary framework kan ook als hefboom fungeren. Dit konden we niet alleen afleiden uit de functies die een intermediair vervult, maar ook enkele geïnterviewden lieten dit vallen. Als een intermediair een boodschap overbrengt die van de EU afkomstig is, dan kan die intermediair de boodschap meer kracht bijzetten en zelfs geloofwaardiger maken. De voornaamste reden hiervoor is het feit dat een intermediary framework vaak een onafhankelijke organisatie van de EU is en dus een eigen werking en beleid heeft. Daardoor wordt de boodschap van de EU geneutraliseerd. De boodschap wordt voornamelijk datgene dat voor de NGO zelf van belang is. Als zo'n organisatie dan over de EU communiceert, schenken mensen meer vertrouwen in die boodschappen dan wanneer ze rechtstreeks van de EU zouden komen. Dit is te vergelijken met hoe het in de reclamewereld eraan toe gaat. Net zoals bij reclame komt de boodschap geloofwaardiger over als deze van een andere bron komt dan diegene die het product verkoopt (Medewerker bij het Europees Parlement, persoonlijke communicatie, 30 maart 2012; Medewerker bij de Europese Commissie, persoonlijk gesprek, 24 april 2012).

#### 7.1.4 Kennis over de doelgroep

Verder geeft het gebruik van een intermediary framework het grote voordeel dat zo'n tussenschakel zijn eigen doelgroep door en door kent. De organisatie in kwestie weet hoe ze haar doelgroep moet aanspreken, via welke gebuiken en weet welke gewoontes haar doelpubliek heeft. Ook weet het welke interesses haar doelpubliek heeft en welke wensen en behoeften deze hebben. Hierdoor kan de intermediair op het juiste moment, met het juiste taalgebruik, met de informatie die de doelgroep wil, communiceren. De EU probeert ook doelgroep gericht te communiceren en slaagt daar al goed in, maar een organisatie die nog dichter bij de burger staat, slaagt daar nog net iets beter in. Dit voordeel stamt ook af van de functie die een intermediair vervult als vertaler. Het brengt namelijk informatie op maat ( Medewerker bij Europe Direct in de provincie Vlaams-Brabant, persoonlijke communicatie, 6 april 2012).

### 7.1.5 Groter bereik

De EU, de Vlaamse en Nederlandse overheid krijgen hun boodschap door het gebruik van intermediary frameworks veel wijder verspreid dan louter via de pers. Als de EU enkel op haar eigen communicatiesysteem vertrouwt, dan wordt de boodschap minder goed verspreid dan wanneer er nog andere organisaties over dezelfde boodschap communiceren. Het is dus voor de EU van belang om haar netwerken uit te bouwen en beroep te doen op deze intermediary frameworks. Op die manier krijgt het meer bereik. We hebben ook uit onderzoek gemerkt dat de EU heel vaak op de media vertrouwt om haar boodschappen verspreid te krijgen. De media communiceren echter niet erg veel over de EU. Ze brengen relatief weinig informatie over de EU naar de buitenwereld. Een intermediary framework kan een goede compensatie zijn. Een intermediary framework kan meer en correcter over de EU communiceren dan dat de pers dat zou doen (Medewerker bij Europe Direct Antwerpen, persoonlijke communicatie, 29 februari 2012).

### 7.1.6 Een intermediary framework als 'influencer'

Een intermediary framework is vaak een organisatie die zich met een bepaald onderwerp bezighoudt, of actief is in een bepaalde sector. Sommige intermediairen hebben naam gemaakt als een belangrijke organisatie in die bepaalde sector. Vaak gaat hun achterban en de maatschappij aan sich deze organisaties als 'influencer' zien. Ze kennen aan de organisatie een bepaalde waarde toe, schenken er bepaalde waarden aan en associëren de organisatie met bepaalde zaken. Als de EU, de Vlaamse of Nederlandse overheid zo'n organisatie als intermediair gebruikt dan versterkt dat opnieuw de boodschap. Zulke organisaties kunnen extra gewicht aan de boodschap geven. Stel bijvoorbeeld dat de EU een nieuw beleid over dierenrechten wil doorvoeren of er zijn nieuwe wetten uitgeschreven op dit terrein. Dan zou het een goede keuze zijn om bijvoorbeeld met GAIA in zee te gaan en deze organisatie erover te laten informeren. GAIA is zo'n influencer. Velen kennen GAIA, weten waarmee ze bezig zijn, en weten waarvoor het staat. Zo iemand kan dus mensen mee beïnvloeden in het voordeel van de EU, de Vlaamse of Nederlandse overheid. Het is dus zeker een voordeel als de intermediair een referentie is voor mensen ( Medewerker bij de Europese Commissie, persoonlijke communicatie, 22 maart 2012).

### 7.1.7 Intermediary framework bereikt doelgroepen en realiseert doelstellingen van de EU

#### **7.1.7.1 Het bereiken van de doelgroepen van de EU via intermediary frameworks**

Door de eigenschappen van een intermediary framework (zie hoofdstuk 6) kan de EU haar voornaamste doelgroepen makkelijk, beter en in grotere aantallen bereiken. In hoofdstuk drie zetten we al uiteen wat de belangrijkste doelgroepen van de EU en dan voornamelijk van de vertegenwoordiging van de Commissie zijn. De EU-burgers, de pers, EU-geïnteresseerden, stakeholders en jongeren zijn de voornaamste doelgroepen. Door intermediary frameworks te gebruiken, kan de EU-al deze doelgroepen beter aanspreken. De EU kan hen heel doelgroepgericht benaderen en op een juiste manier aanspreken. Ook worden de doelgroepen persoonlijker aangesproken omdat de intermediairen hun doelgroep door en door kennen.

De burgers uit de EU-lidstaten zijn de belangrijkste doelgroep. De EU wil in zo groot mogelijke mate de burgers in de lidstaten bereiken en door het gebruik van een intermediair heeft ze daar veel meer kans op. Als de EU rechtstreeks communiceert vanuit haar eigen instellingen of via haar website, dan bereikt die de burger niet altijd. Door organisaties in de zinnen die dicht bij de burger staan, is de kans dus veel groter dat de burger bereikt wordt. Naast deze belangrijke doelgroep, richt de EU zich

ook specifiek op jongeren. Ook deze doelgroep kan beter bereikt worden door het inzetten van een tussenorganisatie. Als er bijvoorbeeld wordt gekozen om samen te gaan werken met een jongerenorganisatie, waarvan haar achterban bestaat uit jongeren en mensen die in contact staan met jongeren, dan kan deze ervoor zorgen om de informatie bij de jongeren te brengen. Daarenboven worden ook de middenveldorganisaties, NGO's, brancheorganisaties en lagere overheidsinstanties beter bereikt. Door hen in te zetten in de communicatie wordt er een soort van samenwerking bewerkstelligd en op die manier betrekken ze deze organisaties bij het beleid en kan er op een betere manier naar hen gecommuniceerd worden. Tot slot wordt ook de pers beter bereikt door het inzetten van een intermediair. De intermediary frameworks zijn immers veel sterker ingeburgerd in een land dan de EU. Als zulke organisaties dan bericht geven over bepaalde onderwerpen, zal ook de pers dit via hen sneller oppikken dan wanneer het van de EU uit zou gaan. Vooral voor de vertegenwoordigingen van de Commissie in de lidstaten zijn intermediary frameworks een grote troef. Zoals al vermeld in hoofdstuk drie communiceert de vertegenwoordiging van de Commissie vooral lokaal. Intermediaren zijn daarvoor ideaal. Ook voor de Commissie zelf zijn intermediary frameworks een grote troef voor het bereiken van haar doelstellingen en doelgroepen. De pers is één van de doelgroepen die beter bereikt wordt en de Commissie gebruikt nu net vooral de pers om te communiceren.

#### ***7.1.7.2 Het realiseren van de doelstellingen van de EU via intermediary frameworks***

Het gebruik van een intermediary framework kan ervoor zorgen dat de doelstellingen van de EU gerealiseerd worden. Zo zit het in haar doelstelling vervat dat ze meer gebruik wil maken van organisaties buiten de normale EU-instellingen die communiceren over de EU. Ze wil meer aandacht besteden aan een samenwerking met organisaties buiten de EU en een goede samenwerking met de lidstaten bewerkstelligen. Andere organisaties die onafhankelijk werken van de EU en overheidsinstanties uit de lidstaten, zijn geschikt als intermediair. Als de EU meer intermediary frameworks inzet, dan slaagt ze in haar doelstelling om meer gebruik te maken van andere organisaties buiten de gebruikelijke EU-kanalen. De zichtbaarheid van de EU kan hierdoor aangesterkt worden. Een doelstelling die hierbij aansluit is het feit dat de EU de lidstaten wil betrekken bij het overbrengen van haar boodschappen. De EU wil dat lidstaten hun burgers opleiden en onderwijzen en hen actief laten deelnemen aan activiteiten en het beleid van de EU. Aangezien een lidstaat beschikt over haar eigen overheden en instellingen en deze ook als intermediary frameworks gezien kunnen worden, wordt ook deze doelstelling behaald. Lagere overheidsinstanties kunnen perfect dienst doen als doorgeefluik en hun burgers informeren. Een andere doelstelling van de EU is ook dat het een nauwere samenwerking met de parlementen in de lidstaten ambieert. Een parlement in een lidstaat is geschikt als intermediair dus ook deze doelstelling kan behaald worden.

Verder wil de EU de burgers betrekken bij het Europees beleid en hen activeren. Om dat mogelijk te maken wil de EU haar communicatie lokaliseren. Dit kan men bewerkstelligen door onder andere gebruik te maken van een intermediary framework. Zo'n organisatie staat immers dicht bij de burger, kan de burger makkelijker bereiken en hen makkelijker beïnvloeden, informeren en activeren. Een intermediary framework zorgt er dus voor dat men meer lokaal kan communiceren en dat men de burger kan laten deelnemen aan het beleid, net zoals in de Europese doelstellingen vervat zit. Ook wil de EU meer en beter luisteren naar de stem van het volk en weten wat bij hen leeft. Er moet dus informatie van de basis naar de top overgebracht worden. Dat kan via de gebruikelijke EU-instellingen maar tussen deze beide partijen is de afstand heel groot. Door het gebruik van intermediary frameworks gaat dit beter. Instanties die dicht bij de burger staan, voelen

snel aan wat leeft en welke zorgen er leven bij de burger. Deze kunnen dan efficiënt aan de EU overgemaakt worden.

Een andere grote doelstelling van de EU is het overbrengen van een positief imago. De EU wil gekend staan als een groot samenwerkingsverband tussen verschillende landen die het goed met elkaar kunnen vinden. Ze willen een samenhangende gemeenschap zijn die goed en coherent samenwerkt. Daar komt nog eens bij dat ze de burger ook graag bewust maken van het feit dat de EU verantwoordelijk is voor veel van de wetgeving in de lidstaten. (Deze doelstellingen komen uitgebreid aan bod in hoofdstuk 3). Om dit beeld over te brengen, communiceert de EU veel via haar gangbare instellingen. Als er gebruik zou gemaakt worden van een intermediary framework dan zou de communicatie hierover vlotter verlopen en beter bij de doelgroepen aankomen. Nu bereikt deze boodschap nog te weinig de burger door de te grote afstand tussen de top en de basis. Als er organisaties zijn die deze zelfde boodschap ook verkondigen komt de boodschap beter terecht en zal deze doelstelling beter gerealiseerd kunnen worden.

Tot slot spitst de Commissie in België zich in 2012 vooral toe op de relevantie van haar boodschappen. Ze wil dat de boodschappen die ze overbrengen aansluiten bij de wensen en behoeften van haar doelgroep. Door gebruik te maken van intermediary frameworks kan dit gerealiseerd worden want deze tussenschakels kennen hun doelgroep als geen ander en weten wat hun achterban wil. De tussenschakels beslissen mee wat voor hun doelgroep relevant is en kunnen zo dus bijdragen tot een betere en efficiëntere informatielevering aan hun doelgroep.

## 7.2 Aandachtspunten

Dat de inzet van een intermediary framework voordelen biedt, is duidelijk. Natuurlijk zijn er ook zaken waarmee je rekening moet houden als je een intermediair gebruikt. In dit onderdeel bekijken we een aantal aandachtspunten.

### 7.2.1 EU-instellingen vertrouwd maken met het concept 'intermediary frameworks'

Een eerste belangrijke bedenking wat betreft de inzet van intermediary frameworks is het feit dat het voor veel EU-medewerkers nog ongekend is. Ambtenaren en communicatiemedewerkers zien de bestaande instellingen van de EU als de manier om te communiceren naar de burger. In hun gedachtegang is het vanzelfsprekend dat er enkel door organisaties van de EU gecommuniceerd wordt en ze staan er niet meteen bij stil dat andere organisaties, onafhankelijk van de EU, kunnen communiceren naar de burger (Afdelingshoofd communicatiediens, Medewerker bij de Vlaamse overheid, persoonlijke communicatie, 21 februari 2012; expertgroep Memori, 25 mei 2012).

Als er dus in de toekomst verder gebruik wilt gemaakt worden van intermediary frameworks is het belangrijk om het concept te verduidelijken aan medewerkers van de EU en de Vlaamse en Nederlandse overheid. Als medewerkers de mogelijkheden leren kennen, zullen intermediary frameworks meer en gemakkelijker ingezet kunnen worden. Het zijn dus niet alleen overheidsinstellingen die kunnen communiceren over EU-onderwerpen maar ook onafhankelijke organisaties.

Het feit dat velen nog niet vertrouwd zijn met het gebruik van andere organisaties als communicatiemiddel voor de EU, kan de doelstelling van de EU om meer organisaties los van de EU

in te zetten, in het gedrang brengen. Ook zal het haar doelgroepen minder goed kunnen bereiken dan wanneer er wel gebruik gemaakt wordt van intermediary frameworks. Als de EU in haar doelstelling wil slagen is het belangrijk dat ze alle medewerkers informeert over de mogelijkheden en een beleid uitwerkt voor het gebruiken van tussenschakels in de communicatie. Het zou ook nuttig kunnen zijn dat intermediary frameworks in kaart gebracht worden.

### 7.2.2 Organisaties en eigen doelstellingen

Als een onafhankelijke organisatie wordt ingezet is het belangrijk om als zender in het achterhoofd te houden dat elke organisatie, NGO, profitorganisatie of ..., zijn eigen doelstellingen heeft. Uit alle interviews met de sleutelfiguren kwam dit naar boven. Dat is dus iets om mee rekening te houden.

Er wordt door verschillende mensen geopperd dat je steeds de persoonlijke agenda van de organisatie zal terugvinden. De zender zal nooit 100 procent zijn agenda kunnen doordrukken omdat de organisatie die fungeert als intermediary framework haar eigen agenda heeft. De communicatie van een intermediary framework gaat nog steeds in de eerste plaats uit van haar eigen doelstellingen. Als een organisatie communiceert dan doet ze dat in de eerste plaats over wat de organisatie realiseert. Ze wil duidelijk maken wat ze doet en wat ze betekent voor de doelgroep en overbrengen hoe ze de doelgroep kan helpen als er een nieuwe Europese regel is. Pas op de tweede plaats komt er eventueel welke rol Europa daarin speelt. Organisaties gaan er alles aan doen om het Europees beleid toe te passen en daarover communiceren ze. Ze gaan niet zozeer communiceren over het feit dat dit beleid is dat van de EU komt of wat voor een briljant idee het is. Het gaat over wat de organisatie doet en niet van wie het idee komt. Verder kan het dan al wel mogelijk zijn dat een organisatie over de EU wil communiceren maar die informatie moet wel altijd in het voordeel van de organisatie zijn. Anders zullen deze heel snel gaan aanpassen naar hun eigen doelstellingen. Dit gegeven belemmert het bereiken van de doelgroep niet. Of de informatie nu een beetje gekleurd is of niet, heeft geen invloed op het bereiken van de doelgroepen. De EU kan via intermediären nog steeds de doelgroepen die voor hen belangrijk zijn, bereiken. Wat betreft de doelstellingen kunnen we stellen dat deze ook nog steeds bereikt kunnen worden. Het is niet omdat de informatie misschien een wordt aangepast dat je geen goede samenwerkingspartner bent of dat je geen positief beeld naar de burger kan overbrengen.

De kritiek dat intermediary frameworks boodschappen kleuren wordt ook niet door iedereen als een minpunt ervaren. Sommigen stelden dat het niet erg is als bepaalde boodschappen een beetje verkleurd worden (Medewerker bij VLEVA, persoonlijke communicatie, 20 maart 2012; Expertgroep Memori, 25 mei 2012). Volgens velen is het een kwestie van kiezen. De EU moet afwegen of het de burger wil bereiken in geringe mate met correcte en gecontroleerde informatie of in grotere mate met gekleurde informatie. Mensen worden door een intermediary framework bereikt terwijl dat anders misschien niet gebeurt. De informatie die ze krijgen kan hen eventueel ook aanzetten om wel naar de officiële EU-websites of instanties te gaan en er verdere informatie over te zoeken. Daar komt nog bij dat een intermediair vaak zelf een vrager van informatie is. Een organisatie wil de informatie krijgen die voor haar van belang is zodat ze haar achterban, die daar ook in geïnteresseerd is, kan informeren. De organisatie zal boodschappen dus soms ook gewoon aannemen zonder deze te kleuren of aan te passen. Een intermediary framework is dus zelf vrager van informatie (Expertgroep Memori, 25 mei 2012).



Een kritiek die bij de vorige aansluit is het feit dat een organisatie vaak als doel heeft om informatie van de burger door te spelen aan de EU. Ze willen hun eisen en wensen overbrengen aan de beleidsmakers van de Europese Unie. Hun doelstelling is beïnvloeden wat de EU doet en niet om te communiceren over de EU. Ze leggen niet uit wat de EU doet. Ze willen vooral naar de EU gaan en hun eisen overbrengen. De organisaties hebben leden die lid zijn opdat die organisaties het wetgevend proces in de EU zouden kunnen beïnvloeden als lobbygroep. Heel weinig organisaties hebben een omgekeerde doelstelling, namelijk aan hun leden uitleggen wat de Europese Unie doet. Het is dus maar de vraag of deze ook in omgekeerde richting willen communiceren ( Medewerker bij de Europese Commissie, 22 maart 2012).

Toch kan ook deze kritiek genuanceerd worden. Als een organisatie vooral gericht is op communicatie van de basis naar de top, dan is het soms wijselijk om de basis genoeg te informeren over de top, zodat er genoeg kennis is om een mening te vormen en deze dan door te spelen naar de top. Stel bijvoorbeeld dat Boerenbond de belangen van haar leden wil verdedigen bij de EU door hun wensen en opmerkingen door te geven dan is het belangrijk dat hun leden een minimale kennis hebben over de EU zodat ze een mening kunnen vormen. Als ze niet weten wat de huidige situatie is, kunnen ze zich daar ook geen mening over vormen. Daarom is de kritiek dus te nuanceren. Een organisatie kan dus wel vooral bottom-up communiceren, ze zal, voor haar eigen bestwil, ook altijd in beperkte mate top-down moeten communiceren wil het haar achterban geïnformeerd houden en iets over te brengen hebben naar de top.

### 7.2.3 Overdaad schaadt

Een ander punt van kritiek dat we uit ons onderzoek konden afleiden op het gebruik van formele en officiële intermediary frameworks is het feit dat velen aanklaarten dat er vandaag al heel wat organisaties en EU-instellingen communiceren over de EU. Velen stellen zich de vraag of het wel efficiënt is om nog meer organisaties aan te spreken. Verder stelden ze ook dat er soms te veel boodschappen tegelijk gecommuniceerd worden. Er is soms een informatie-overload waardoor velen de bomen door het bos niet meer zien. Je kan maar één boodschap krachtig brengen. Als je er drie brengt dan krijgt iedere boodschap nog maar één derde van de aandacht. Op die manier komt geen enkele aan (Medewerker bij de Europese commissie, persoonlijke communicatie, 21 februari 2012).

Ook deze kritiek kan gerelativeerd worden. Het gebruik van onafhankelijke organisaties wil niet zeggen dat nieuwe instellingen gecreëerd worden. Men gebruikt informele en bestaande organisaties die dicht bij het volk staan om bepaalde boodschappen door te geven. Er worden geen officiële EU-instellingen bijgemaakt. Het is gewoon een andere manier van communiceren die wordt toegevoegd (Expertgroep Memori, 25 mei 2012).

### 7.2.4 Keuze van intermediary framework

Als er beslist wordt om een intermediair in te schakelen dan is het belangrijk om een intermediair te kiezen waarvan de bezigheden en doelstellingen aansluiten bij de materie die de zender via de intermediair wil overbrengen. Naargelang het thema is het ene framework al beter geschikt dan het andere. Verder is het belangrijk dat een intermediary framework gekozen wordt dat zijn doelgroep heel goed kent. Dit is een aandachtspunt dat ook iedere ondervraagde naar voor bracht.

## 8. Ervaringen van intermediary frameworks

In dit hoofdstuk richten we ons op de ervaringen van de intermediary frameworks. Uit onze interviews is namelijk gebleken dat er vandaag al een heel aantal organisaties fungeren als intermediary framework voor de informatieboodschappen van de EU. Na deze in kaart te brengen in de vorige hoofdstukken wilden we ze graag zelf aan het woord laten en hun ervaringen opnemen in ons verkennend onderzoek. We bekijken hoe zij de samenwerking met de EU ervaren. We hebben een aantal intermediary frameworks bevestigd en we hebben ons geïnformeerd over hoe zij hun informatie van de EU krijgen en wat ze daarmee doen. We bevroegen ook of ze de informatie die ze doorkrijgen nuttig vinden en welke randvoorwaarden ze stellen voor het verwerken van de informatie. Tot slot bevroegen we nog in welke mate ze een doorgeefluik willen zijn voor informatie van de EU aan de burger en omgekeerd.

### 8.1 Informatie-inwinning

De intermediary frameworks krijgen vanuit verschillende instanties informatie over de EU.

#### 8.1.1 Informatie-inwinning en verwerking bij het ACW

Het ACW krijgt informatie over de EU via de Commissie, het Directoraat-Generaal 'Social Affairs', het Parlement, VLEVA<sup>25</sup>, het Social Platform<sup>26</sup> en Euracity (Medewerker bij ACW, persoonlijke communicatie, 23 mei 2012). De informatie die het ACW van de Commissie krijgt is eerder breed en algemeen. Het Directoraat-Generaal Social Affairs sturen hen op regelmatige basis ook uitgebreide informatie door. Dit moet gefilterd worden en gescreend want de informatie is heel breed en uiteenlopend. Verder werkt het ACW nauw samen met het Parlement. Aan de ene kant krijgt het ACW veel informatie van het Parlement toegestuurd, aan de andere kant is het Parlement ook een vragende partij. Het Parlement verwacht van het ACW dat ze amendementen indienen die het Parlement op zijn buurt gebruikt voor haar beleidsvorming. Met een aantal parlementairen werkt het ACW ook nauwer samen. Het betreft een samenwerking met Christelijk Democratische partijen van over heel Europa en specifiek ook met CD&V in België. Via al deze partijen krijgt het ACW rechtstreeks informatie over de EU en deze moet steeds gefilterd worden. Het ACW is verder nog lid van VLEVA en via hun website bekijkt het ACW zelf welke nieuwe informatie er is rond Europese wetgeving. Ook de informatie die het van VLEVA krijgt is heel uiteenlopend. Daarom wordt deze informatie ook steeds gescreend en wordt de belangrijkste informatie geselecteerd. Het Social Platform is een koepel voor sociale NGO's die te maken hebben met de EU en die uitgaat van de Commissie. Het ACW volgt een aantal specifieke groepen van het Social Platform en via deze weg kan

---

<sup>25</sup> **Het Vlaams-Europees Verbindingsagentschap (VLEVA)** is een vzw die is opgericht om de link te maken tussen de Vlaamse Overheid, het middenveld en de Europese Unie. VLEVA probeert een efficiënte samenwerking te creëren tussen de Vlaamse overheid en het Vlaamse middenveld om zo de betrokkenheid bij Europees beleid te stimuleren en te vereenvoudigen. Meer informatie over deze organisatie in hoofdstuk '6.3.1.3 Belgische NGO's als IMF'.

<sup>26</sup> **The Platform of European Social NGOs ( Social Platform)** is een samenwerkingsverband tussen Europese federaties en NGO's uit de sociale sector. De leden ijveren voor gelijkheid, solidariteit, respect voor fundamentele rechten in de Europese Unie. Het Sociaal Platform dient als doorgeefluik om de meningen en wensen van hun leden door te geven aan de EU-instellingen. Het verdedigt hun belangen bij de EU.

het ACW op voorhand alle nieuwe informatie over bijvoorbeeld wetgevingen terugvinden. Euracity is een soort krant van de EU en deze bekijkt het ACW dagelijks om nieuwe informatie te vinden.

Het ACW doet heel erg veel aan lobbying en kan de informatie die het binnenkrijgt daarvoor goed gebruiken. De informatie wordt dus vooral voor hun politieke werk aangewend. Ook gebruikt het ACW de informatie om vormingen te organiseren voor hun vrijwilligers, werknemers en leden. Tot slot wordt er ook naar de bevolking zelf gecommuniceerd over Europese informatie. Het ACW bereikt de burger ongeveer zes keer per jaar met een artikel in hun blad 'Visie'. Ook in hun ledenblad 'de Gids' komt er ongeveer drie keer per jaar een stuk over de EU. Vaak gaat dit over seminars die het ACW gegeven heeft over de EU (Medewerker bij ACW, persoonlijke communicatie, 23 mei 2012).

Het ACW geeft aan dat de informatie die het binnenkrijgt heel algemeen is en dat het de informatie aanpast en op maat maakt van hun doelgroepen. Het geeft die de juiste toon en maakt de informatie concreet voor het ACW en de deelorganisaties. Verder geeft het ACW ook aan dat er veel inzet en initiatief verwacht wordt van de organisatie zelf. Er is veel motivatie nodig om de overload aan informatie te verwerken en vooral ook veel inzet om zelf op zoek te gaan naar de nodige informatie. Bij het ACW is er één persoon verantwoordelijk voor EU-communicatie (Medewerker bij ACW, persoonlijke communicatie, 23 mei 2012).

#### 8.1.2 Informatie-inwinning en verwerking bij Ryckvelde

Ryckvelde<sup>27</sup> krijgt informatie over de EU op verschillende manieren (Medewerker bij Ryckvelde, persoonlijke communicatie, 13 mei 2012). In de eerste plaats wil Ryckvelde ervoor zorgen dat de burger 'Europa' begrijpt. Als we de organisatie bekijken dan kunnen we zeggen dat Ryckvelde vooral twee uitgangspunten heeft. In de eerste plaats wil Ryckvelde ervoor zorgen dat de burger 'Europa' begrijpt. In de tweede plaats wil Ryckvelde de burger 'Europa' laten beleven. Om dat eerste doel te realiseren krijgen ze informatie van verschillende media zoals de EU-Observer, Euractiv en kranten. Verder krijgen ze ook nog informatie via de Vertegenwoordiging van de Europese Commissie in België, het Informatiebureau van het Europees Parlement in België, Europa Direct, Europarlementsleden, experts en ... De informatie die ze van deze instanties krijgen, is in de vorm van online berichtgeving en geschreven media. De informatie die Ryckvelde via deze instanties krijgt is meestal gerelateerd aan beleidsbeslissingen van de EU of het betreft EU-acties zoals het Feest van Europa en Europese conferenties. Met de informatie die het krijgt, gaat Ryckvelde aan de slag. Het gaat de boodschappen 'vertalen' en aanpassen tot het informatie is op maat van de doelgroep en tot informatie die begrijpelijk is (Ryckvelde, 2012).

Om dat tweede doel te realiseren laat Ryckvelde zich ook leiden door informatie die het doorkrijgt. Voor dit uitgangspunt krijgt het informatie van Epos vzw, het Vlaams Nationaal Agentschap, onderwijskoepels zoals VSKO en GO!, ... Om deze informatie te verkrijgen gaat Ryckvelde op de website van de EU kijken. Met de informatie die het via deze bronnen krijgt, gaat Ryckvelde ook aan de slag. Ook deze informatie vertaalt het naar de praktijk. Men maakt het begrijpelijk en duidelijk. Men maakt ook duidelijk wat met de informatie gedaan kan worden (Medewerker bij Ryckvelde, persoonlijke communicatie, 13 mei 2012).

---

<sup>27</sup> **Ryckvelde** is een vzw die al 55 jaar de burger, en dan meerbepaald jongeren en volwassenen informeert over de EU. Ryckvelde sensibiliseert, informeert, motiveert, enthousiasmeert en activeert mensen. Meer informatie hierover in hoofdstuk '6.3.1.3 Belgische NGO's als IMF'.

### 8.1.3 Informatie-inwinning en verwerking bij VVSG

De Vereniging voor Vlaamse Steden en Gemeenten (VVSG)<sup>28</sup> krijgt haar informatie over de EU net zoals voorgaande organisaties uit verschillende bronnen (Medewerker bij VVSG, persoonlijke communicatie, 16 mei 2012). Zo krijgt het informatie via de Europese koepel (CEMR)<sup>29</sup>, de Vlaamse overheid, VLEVA, de website van Europa Decentraal<sup>30</sup>, nieuwsbrieven van Nederlandse collega's zoals bijvoorbeeld de Nederlandse zustervereniging Vereniging voor Nederlandse Gemeenten (VNG), de website van het Europees Parlement en de Europese Commissie.

Met VLEVA heeft de VVSG een bijzondere band aangezien het een vaste samenwerkingspartner is. De VVSG heeft maandelijks een overleg over ontwikkelingen bij de EU. De website van VLEVA volgt de Europese ontwikkelingen op de voet en is een goede bron van informatie voor VVSG. VLEVA heeft ook de Subsidiewijzer ontwikkeld en ook hier maakt de VVSG vaak gebruik van. De Subsidiewijzer is een systeem dat een overzicht geeft over alle mogelijke subsidies en programma's die de EU aanbiedt. Het systeem wordt door VLEVA up-to-date gehouden. Daarnaast gebruikt de VVSG ook de maandelijks nieuwsbrief van VLEVA waarin alle informatie gebundeld wordt weergegeven (Medewerker bij VVSG, persoonlijke communicatie, 16 mei 2012).

De informatie die binnenkomt wordt bij de dienst 'internationaal' van VVSG verwerkt. De dienst verwerkt al de informatie en geeft deze intern door aan de bevoegde collega's. Bij VVSG beseft men dat de EU heel belangrijk is voor ons dagelijks leven. De EU zorgt voor zowat 70 tot 80 procent van de regelgeving die ook hier in België gehanteerd wordt. Volgens VVSG kan het dus niet anders dan dat er over de EU gecommuniceerd moet worden (Medewerker bij VVSG, persoonlijke communicatie, 16 mei 2012).

### 8.1.4 Informatie-inwinning en verwerking bij de stad Mechelen

De stad Mechelen krijgt haar informatie over de EU niet rechtstreeks van de Unie zelf maar wel via andere organisaties zoals bijvoorbeeld VLEVA, de Provincie Antwerpen of het Agentschap Ondernemen (Medewerker bij de stad Mechelen, persoonlijke communicatie, 23 mei 2012). De informatie wordt via e-mail bezorgd aan de stad of de informatie wordt bezorgd via de nieuwsbrieven waarop de stad Mechelen is aangemeld. De informatie is vaak heel ongestructureerd en vaak wordt de stad overladen met nieuws. Het krijgt informatie over allerlei verschillende onderwerpen en nieuwe wetgeving. De stad richt zich echter vooral op het verspreiden van subsidienieuws en laat andere informatie daarom vaak aan zich voorbij gaan. De informatie die de stad krijgt wordt telkens heel goed doorgelezen en daarna wordt er beslist of het interessant is en van toepassing is op de stad. Er wordt dus wel telkens een soort van screening gedaan. Als de

---

<sup>28</sup> **De Vereniging voor Vlaamse Steden en Gemeenten (VVSG)** is een vereniging die alle steden en gemeenten in Vlaanderen verenigt. Meer informatie over de organisatie is terug te vinden in hoofdstuk '6.3.1.1 Belgische overheidsinstellingen als IMF'.

<sup>29</sup> **De Council of European Municipalities and Regions (CEMR)** is een Europees netwerk van verenigingen van steden en gemeenten. De VVSG is lid van CEMR. Er zijn 50 verenigingen uit meer dan 40 verschillende landen lid van CEMR. CEMR volgt het Europees beleid op de voet en het verdedigt de belangen van haar leden bij de Europese Commissie en het Europees Parlement. De leden van CEMR kunnen amendementen voor regelgeving opstellen en CEMR geeft deze dan door aan de EU-instellingen.

<sup>30</sup> **Europa Decentraal** is een Nederlands initiatief, ontstaan in 2004, dat een samenwerking regelt tussen de Nederlandse Rijksoverheid en de Nederlandse gemeenten, provincies en waterschappen. Europa Decentraal is gericht op overheden in Nederland met de bedoeling een gedetailleerde analyse te maken van Europese regelgeving om zo de mogelijke gevolgen en impact van die regelgeving op decentrale overheden zoals gemeenten, provincies en waterschappen in kaart te brengen.

informatie niet interessant blijkt te zijn dan wordt er ook niets mee gedaan. Als het wel interessant is wordt het doorgestuurd naar de bevoegde diensten.

De stad Mechelen geeft ook zelf aan dat het graag meer rond de Europese Unie zou willen werken maar dat het vandaag nog niet genoeg gebeurt. Men vindt dat een stad of een gemeente een grotere rol zou kunnen spelen wat betreft het doorgeven van Europese communicatie. Vaak vindt de stad de informatie zelf wel interessant maar er wordt vaak niets mee gedaan. In Mechelen is er ook één persoon aangesteld die vooral met EU-communicatie bezig is.

#### 8.1.5 Informatie-inwinning bij Boerenbond

Boerenbond is een organisatie die zich richt op land- en tuinbouwers (Medewerker bij Boerenbond, persoonlijke communicatie, 30 mei 2012). Een medewerker van Boerenbond vertelde ook meteen dat de invloed van de EU duidelijk merkbaar is. Hij vertelde dat er de laatste tien of vijftien jaar veel veranderd is. Vroeger nam ieder land zelf zijn beslissingen en vormde het zelf zijn beleid, nu speelt de EU steeds een belangrijke rol en dan vooral in verband met landbouwbeleid. Het is als land nu vaak zo dat je moet volgen op de wetgeving en bepalingen van de EU. Dit heeft een invloed op de manier van werken.

Boerenbond krijgt voor een deel haar informatie over de EU via nieuwsbrieven waarop het geabonneerd is. De nieuwsbrieven zijn afkomstig van de verschillende EU-instellingen en instanties. Boerenbond gaat echter vooral zelf initiatief nemen om aan informatie van de EU te geraken. Voor 95% zoekt het zijn informatie zelf. Boerenbond heeft twee personen en echte specialisten in de EU die zich bezighouden met Europese communicatie: Jacques Van Outryve en Pieter Verhelst. Jacques Van Outryve staat vooral in voor het maken van de vertaalslag van nieuwe wetgeving en veranderingen. Hij past de boodschappen aan aan de leden en maakt ze op mensenmaat. Pieter Verhelst staat in voor het vergaren van Europese informatie. Hij woont vergaderingen bij, pluist wetteksten uit en gaat echt gericht naar de nodige informatie op zoek. Verder heeft Boerenbond nog een studiedienst. Dat is een soort raad van wijzen die de Boerenbond adviseren (Medewerker bij Boerenbond, persoonlijke communicatie, 30 mei 2012).

De informatie die Boerenbond vergaart en ontvangt wordt altijd verwerkt. Boerenbond drukt zijn stempel op de informatie en past de informatie aan op maat van zijn doelgroep. Ze vertalen de boodschappen naar begrijpbare en duidelijke informatie.

#### 8.2 Bruikbaarheid van de informatie

Het ACW geeft aan dat het de informatie die het krijgt over de EU nuttig vindt. Het stelt zelf dat het goed is dat er zoveel informatie wordt doorgegeven van de EU-kanalen naar hen. Het ACW vindt het handiger om te veel informatie te krijgen en die dan te filteren dan te beperkte informatie te krijgen waardoor het zelf nog op zoek moet naar extra informatie. Het ACW vermeldt in haar communicatieboodschappen steeds de EU, dat vindt het heel belangrijk (Medewerker bij ACW, persoonlijke communicatie, 23 mei 2012).

Ryckvelde vindt de informatie van de EU ook interessant maar stelt wel dat de informatie moet aansluiten bij de behoeften, noden en verwachtingen van de doelgroep of van de organisatie (Medewerker bij Ryckvelde, persoonlijke communicatie, 13 mei 2012). Het wordt dan pas gebruikt.

Ryckvelde vermeldt in haar boodschappen niet dat de informatie van de EU komt of van een andere bron. Het hele bestaan van Ryckvelde is gericht op het communiceren van de EU daarom hebben ze ervoor gekozen om niet nog een keer telkens te vermelden dat bepaalde informatie van de EU komt.

Ook VVSG geeft aan dat de informatie van de EU meer dan bruikbaar is. Door al de informatie kunnen zij hun doelen realiseren en opkomen voor de belangen van hun leden, maar ook andersom kunnen ze hun leden informeren (Medewerker bij VVSG, persoonlijke communicatie, 16 mei 2012).

Verder vindt de stad Mechelen de informatie van de EU ook heel interessant, maar de stad is vooral geïnteresseerd in subsidienieuws. (Medewerker bij de stad Mechelen, persoonlijke communicatie, 23 mei 2012). Als de informatie over andere zaken dan subsidies gaat, dan wordt er niet zoveel aandacht aan gespendeerd. De stad zou wel meer willen communiceren over andere zaken maar vaak is daar de mankracht en tijd niet voor. Men kaart ook aan dat de afstand tussen de EU en de lokale steden en gemeenten te groot is. Men vindt dat steden en gemeenten veel meer zouden kunnen doen wat betreft het communiceren over de EU. De stad Mechelen vermeldt ook steevast de EU wanneer het informatie doorgeeft of presentaties geeft.

Tot slot vindt ook Boerenbond de informatie van de EU interessant omdat het landbouwbeleid hen nu eenmaal aanbelangt (Medewerker bij Boerenbond, persoonlijke communicatie, 30 mei 2012). Het gaat voor het overgrote deel ook zelf op zoek naar de juiste informatie dus het zoekt gericht die informatie die voor hen nuttig is. Als er gecommuniceerd wordt over de EU dan wordt dat ook duidelijk gemaakt in hun communicatie.

## **8.3 Visie op functie als doorgeefluik en randvoorwaarden**

### **8.3.1 Top-down informatie doorgeven**

Het ACW heeft goede ervaringen met haar functie als doorgeefluik Het ACW vindt het belangrijk dat mensen op de juiste manier gevormd worden over het Europees beleid. Het wil de informatie zo juist en zo concreet mogelijk doorgeven. Verder wil het informatie doorgeven die verstaanbaar is en duidelijk wordt doorgegeven. Om informatie door te geven stelt het wel een randvoorwaarde op: de informatie moet kunnen worden doorgegeven. Het ACW vertelde dat het vaak op voorhand al informatie krijgt, maar dat het daar nog niet over mag communiceren. Dit maakt het werken soms moeilijk (Medewerker bij ACW, persoonlijke communicatie, 23 mei 2012).

Voor Ryckvelde is het fungeren als doorgeefluik een soort van bestaansreden (Medewerker bij Ryckvelde, persoonlijke communicatie, 13 mei 2012). Hun missie bestaat erin om correcte, neutrale en relevante informatie door te geven. Het wil hun doelgroep informeren over de EU en op die manier een positieve en actieve attitude creëren bij de doelgroep. Ryckvelde doet dit al 55 jaar en staat hier positief tegenover.

VVSG fungeert ook graag als doorgeefluik van Europese communicatie (Medewerker bij Ryckvelde, persoonlijke communicatie, 16 mei 2012). Zo hebben ze zelf een maandelijks elektronische nieuwsbrief ( E-zine VVSG Internationaal). In deze nieuwsbrief richten ze zich tot burgermeesters, schepenen die bevoegd zijn voor internationaal beleid en naar de gemeentelijke medewerkers en andere geïnteresseerden. Daarnaast is er het tweewekelijkse tijdschrift LOKAAL waarin regelmatig artikels over Europa verschijnen en er is de rubriek 'Europa' bij Internationaal op de website van de

VVSG. VVSG richt zich dus niet meteen tot de burger, maar het geeft de informatie die het krijgt wel top-down door naar andere organisaties. Uiteindelijk bereikt het de burger wel onrechtstreeks.

Ook fungeert de stad Mechelen graag als doorgeefluik (Medewerker bij de stad Mechelen, persoonlijke communicatie, 23 mei 2012). Het zou het in de toekomst meer willen doen, want vandaag is die rol eerder beperkt. Het doorgeven van informatie gebeurt vooral op het vlak van subsidies. De stad Mechelen vindt het heel belangrijk om meer Europese informatie door te sturen naar de burger in de toekomst. Een lokale gemeente of stad zou, volgens de stad Mechelen, meer moeten doen, maar er moet wel altijd toegevoegde waarde zijn voor de stad. Dat is een belangrijke randvoorwaarde die de stad hieraan verbindt. De informatie moet nuttig zijn voor de stad en aansluiten bij de interesses. Er werd ook al nagedacht over hoe ze in de toekomst meer zouden kunnen doen. Zo is er een bedrijvendatabank in ontwikkeling. Elk bedrijf wordt dan gecategoriseerd en in kaart gebracht. Deze databank zou handig aangewend kunnen worden om gericht informatie te kunnen versturen. Medewerkers willen wel meer doen, maar kunnen niet altijd en stellen dat ze zelf nog te weinig over de EU weten en dat ze het gevoel hebben dat ze er zelf te ver van afstaan. Een extra randvoorwaarde die nog aangegeven werd was dat de informatie nu soms te ruw wordt doorgegeven. Het is soms niet duidelijk wat het onderwerp is of wie de doelgroep is. Het kost dan heel veel tijd en moeite om de informatie te verwerken. Dit zou in de toekomst beter moeten, dan zou er ook makkelijk iets over de EU gecommuniceerd kunnen worden.

Boerenbond wil een stem vormen naar de EU en fungeert daarom ook als doorgeefluik (Medewerker bij Boerenbond, persoonlijke communicatie, 30 mei 2012). Boerenbond informeert haar leden, de land- en tuinbouwers. Vaak is het zo dat er bepaalde beslissingen aankomen binnen een aantal jaren. De land- en tuinbouwers moeten hierover ingelicht worden en er warm voor gemaakt worden. Het is de taak van de Boerenbond om hiervoor te zorgen. De EU zelf communiceert op die manier niet rechtstreeks naar de leden van Boerenbond of toch niet voldoende. Boerenbond probeert juiste en gerichte informatie van de EU door te geven aan de burger. Boerenbond haalt ook aan dat de EU voor velen nog een ver van hun bed show is. Het probeert hier een oplossing voor te bieden.

### 8.3.2 Bottom-up informatie doorgeven

Het ACW fungeert vandaag al als een doorgeefluik in twee richtingen. Zowel van de top naar de burger als omgekeerd van de burger naar de EU. Ze doen dit voornamelijk voor hun leden en vrijwilligers. In tweede instantie doen ze dat voor alle kwetsbaren in de samenleving. Lobbying is erg belangrijk voor het ACW en dat doet het in het belang van haar achterban. Verder organiseert het regelmatig seminars en interne werkgroepen. Bij de werkgroepen richt men zich op de werknemers en vrijwilligers met een interesse in de EU. Zij helpen mee om een standpunt te vormen. Het ACW zorgt er tijdens die interne werkgroepen ook steeds voor dat er van elke deelorganisatie genoeg leden aanwezig zijn zodat ieder zijn belang voldoende vertegenwoordigd is en dat er voldoende tijd wordt uitgetrokken voor de gesprekken (Medewerker bij ACW, persoonlijke communicatie, 23 mei 2012).

Bij stichting Ryckvelde ligt de focus vooral op top-down communicatie (Medewerker bij Ryckvelde, persoonlijke communicatie, 13 mei 2012). Men ontvangt voornamelijk informatie van de EU en geeft die door en maakt die op maat van de doelgroep. Toch functioneert Ryckvelde ook in omgekeerde richting. Ze verzamelen feedback van de burger en geven die door aan de EU via agentschappen die

rechtstreeks verbonden zijn met de EU. Ryckvelde gebruikt zelf nog intermediairen om dit mogelijk te maken.

Zoals eerder vermeld richt VVSG zich in hoofdzaak niet rechtstreeks tot de burger (Medewerker bij Ryckvelde, persoonlijke communicatie, 16 mei 2012). Door de samenwerking met anderen kan het echter wel detecteren wat er bij de burger leeft en dit doorspelen naar de top. De VVSG gaat ervan uit dat het vooral de taak is van de gemeenten om informatie gerelateerd aan Europa door te geven. De VVSG probeert hiertoe wel bij te dragen door het 'Europa-bewustzijn' bij de gemeenten te stimuleren. Als de gemeenten dan als radar fungeren en dit op hun beurt aan de VVSG doorgeven kan VVSG hier dus ook een rol in spelen.

We zien ook dat de stad Mechelen ook bereid is om informatie van de burger door te geven aan de top (Medewerker bij de stad Mechelen, persoonlijke communicatie, 23 mei 2012). Vandaag echter gebeurt dit nog relatief weinig. De stad oppert dat er vandaag nog een te grote afstand is tussen de EU en de lokale gemeenten en steden. Er is volgens hen ook nog te weinig concrete kennis bij wie de stad dan terecht zou kunnen met hun informatie, buiten dan bijvoorbeeld de VVSG.

Tot slot is Boerenbond ook actief wat betreft het doorgeven van informatie van de burger naar de EU (Medewerker bij Boerenbond, persoonlijke communicatie, 30 mei 2012). Boerenbond wil het beleid mee sturen. Het wil de belangen vertegenwoordigen van zijn leden en daarvoor doet het heel veel aan lobbying. Boerenbond gaat dan bijvoorbeeld samen zitten met het kabinet van Kris Peeters. Boerenbond wil in eigen land zoveel mogelijk mensen op dezelfde golflengte krijgen. Het zoekt mogelijk gelijkgezinden waardoor het een grote stem kan zijn zodat men naar hen luistert.

#### **8.4 Noemenswaardige conclusies uit de analyse**

Uit onze evaluatie en gesprekken met een aantal medewerkers van organisaties die fungeren als intermediary framework kunnen we een aantal belangrijke conclusies trekken en een aantal bevindingen noteren.

Intermediary frameworks screenen de informatie die ze doorkrijgen. Ze voeren een goede selectie uit op alle informatie en behouden uiteindelijk die informatie die voor hen en hun doelgroep van belang is. Informatie wordt dus op de één of andere manier wel gekleurd. De organisaties passen de informatie aan en maken de informatie op maat van hun doelgroep. Ze drukken er hun stempel op. Je kan je de vraag stellen of die verkleuring een goede of slechte zaak is. Langs de andere kant zorgt die verkleuring en het maatwerk er wel voor dat de doelgroep van de EU bereikt wordt terwijl dat anders misschien niet het geval zou zijn. Het is een afweging die de EU moet maken.

Intermediary frameworks wijzen ook telkens op het feit dat er heel wat informatie hun kant wordt uitgestuurd. Deze overload wordt door velen niet altijd als positief ervaren. Er is vaak ook nog heel veel werk aan de informatie die wordt doorgegeven omdat het niet duidelijk is voor wie de informatie bestemd is of waarover het gaat. Aan de andere kant is veel informatie soms beter dan te weinig. Als er genoeg informatie wordt gegeven kan je zelf beslissen welke informatie er behouden wordt en welke niet. Als er te weinig wordt gegeven is er nog heel wat werk om extra informatie te gaan zoeken. Dus ook hier moet een gezonde afweging gemaakt worden tussen een overload aanbieden en te weinig informatie. Er moet ook meer doelgroepgericht informatie doorgegeven



worden door de EU. Nu geven ze informatie over allerlei uiteenlopende onderwerpen. Soms hebben sommige organisaties helemaal geen behoefte aan informatie over bepaalde onderwerpen.

Er wordt door alle intermediary frameworks aangekaart dat er veel afhangt van de medewerkers en het budget. Medewerkers met een grote interesse in de EU, doen net iets meer pro-actief opzoekwerk dan anderen. Mensen die minder geïnteresseerd zijn, zijn er minder mee bezig. Men kaart ook echt aan dat je als organisatie vooral zelf op zoek moet gaan en zelf initiatief moet nemen. Organisaties zijn daartoe vaak bereid want ze willen hun leden en achterban kunnen informeren, maar ze vinden het moeilijk om hun weg te vinden.

VLEVA blijkt voor veel intermediary frameworks een goede partner te zijn. Het voorziet heel wat organisaties over informatie van de EU.

Steden geven aan dat ze wel meer zouden willen doen rond Europa maar dat er bij de medewerkers zelf soms nog te weinig kennis is over de EU. Voor hen zelf is de EU soms een kluwen waarin ze verdwalen. Verder hebben ze niet altijd de tijd en mankracht om rond de EU te werken.

Het valt wel op dat zowat alle ondervraagde organisaties bezig zijn met de EU en ervoor openstaan om vaak over de EU te communiceren. Ze willen graag fungeren als doorgeefluik dat in twee richtingen informatie kan doorgeven.

## **8.5 Functies van een intermediary framework getest in de praktijk**

In hoofdstuk 6 bespraken we de functies die een intermediary framework vervult. We merkten op dat een intermediary framework zeven functies kan vervullen (EU Communication Plaza, 2012). Een intermediair kan een doorgeefluikfunctie, een springplankfunctie, een radarfunctie en gatekeeping-functie hebben. Verder kan een intermediair ook de rol vervullen van 'societal relief', 'directe interactie' en de replacement-functie. Na een aantal intermediary frameworks uit België te hebben geïnterviewd, bekijken we in dit onderdeel voor een aantal intermediairen welke functies ze al vervullen en welke functies ze in de toekomst nog zouden kunnen vervullen.

### **8.5.1 Functies van Boerenbond als intermediary framework**

Boerenbond is één van de intermediary frameworks uit België en uit een interview met een medewerker konden we evalueren in hoeverre deze organisatie de zeven functies van een intermediair vervult. We kunnen stellen dat Boerenbond alle functies van een intermediair vervult. Boerenbond neemt in de eerste plaats al de rol van doorgeefluik op zich. Het is ingeschreven op nieuwsbrieven van de EU-instellingen en het gaat ook zelf actief naar informatie op zoek. De informatie die het krijgt geeft het door aan haar leden via haar ledenblad en haar website. Verder vervult Boerenbond ook de springplankfunctie. Boerenbond verwerkt de informatie die het binnenkrijgt of zelf vergaart tot informatie op maat van haar doelgroep. Boerenbond verwerkt de informatie tot begrijpbare en duidelijke informatie die hun leden aanbelangt. De informatie wordt op die manier naar een hoger niveau getild. Ook vervult het de 'societal relief'-functie. Dit houdt in dat het met de informatie die het krijgt van de EU, zijn leden wil beïnvloeden. Ze willen heel concreet de land- en tuinbouwers informeren over veranderingen in de sector en op die manier willen ze hen ook beïnvloeden zodat ze hun gedrag aanpassen. Verder kunnen we ook stellen dat Boerenbond een radarfunctie vervult. Boerenbond verenigt allerlei land- en tuinbouwers en kan achterhalen wat bij

hen leeft en welke informatiebehoefte ze hebben. Dit kan Boerenbond dan doorgeven aan hogere overheidsinstanties. Daarenboven vertegenwoordigt Boerenbond ook de gatekeeping-functie. Boerenbond bepaalt immers zelf welke informatie ze doorgeven en welke niet. Bij de informatie die ze binnenkrijgen screenen ze altijd eerst wat bruikbaar is en wat niet. Verder zoeken ze zelf doelgericht naar informatie. Boerenbond maakt dus zelf een selectie en bepaalt daardoor wat hun leden te zien krijgen en wat niet. Boerenbond bepaalt ook op welke manier ze informatie geven. Ze drukken ook zelf heel vaak hun stempel op de informatie. Omdat Boerenbond ook vaak in naam van haar leden optreedt, vervult het ook de 'replacement-functie'. Het spreekt soms in naam van de EU haar leden aan, maar omgekeerd spreekt het de hogere overheidsinstanties en de EU aan in naam van de burger. Tot slot staat Boerenbond ook rechtstreeks in contact met de EU. Er is directe interactie tussen de zender en de ontvanger in beide richtingen. Dit gebeurt, zoals de geïnterviewde aangaf, via nieuwsbrieven. Boerenbond vervult dus ook de functie van 'directe interactie'.

We kunnen voor Boerenbond besluiten dat het momenteel zo goed als alle functies van een intermediary framework op een goede manier vervult.

### 8.5.2 Functies van de stad Mechelen als intermediary framework

Ook de stad Mechelen hebben we getoetst aan de zeven functies van een intermediary framework. De stad Mechelen is vervult de rol van doorgeefluik aangezien het bepaalde informatie van de EU doorkrijgt en deze dan op haar beurt doorgeeft naar de burger, al moeten we hier wel benadrukken dat dit in beperktere mate gebeurt dan bij Boerenbond. De stad Mechelen geeft vooral informatie door die subsidie gerelateerd is. Toch vervult ze de doorgeefluikfunctie. De stad geeft ook aan in de toekomst hier meer tijd in te willen steken, dus waarschijnlijk kan ze hier nog verder in groeien in de toekomst. De stad vervult ook een springplankfunctie omdat het de informatie die het binnenkrijgt steeds afstemt op de doelgroep. Ze verwerkt de informatie, structureert deze en vormt de informatie om tot iets begrijpelijks. Hierbij sluit ook de gatekeeping-functie bij aan. De stad selecteert in alle informatie die het toekrijgt welke informatie het nuttig vindt. Ze bepalen zelf welke informatie bij de burger terecht komt en op welke manier dat gebeurt. In mindere mate neemt de stad de rol op als radar. Het neemt wel informatie op van de EU, maar bij de burger nemen ze momenteel nog niet de wensen of noden waar. Hier kan de stad Mechelen in de toekomst dus nog in groeien. De replacement-functie neemt de stad ook in mindere mate aan. Ze fungeren wel als een soort van vertegenwoordiger van de EU om hun informatie aan de burger over te brengen. Ze spreken dan als het ware in naam van de EU. Andersom gebeurt dit niet. Ze spreken niet in naam van de burger de EU toe. Ook neemt de stad in mindere mate de rol van 'societal relief' op. De stad probeert via de informatie van de EU, de burger wel te beïnvloeden in zijn gedrag. Als ze bijvoorbeeld de burger informeren over subsidies, dan is dat met het oog op de burger gebruik te laten maken van deze mogelijkheid. Andersom gebeurt dit echter opnieuw niet. Ze proberen niet zozeer de EU te beïnvloeden met informatie van de burger. Er is in beperkte mate directe interactie tussen de EU en de stad via mailverkeer en nieuwsbrieven. Hiervoor zijn geen tussenkanalen dus op die manier staan ze wel rechtstreeks in contact met elkaar, al is dit vrij beperkt.

We kunnen dus besluiten dat de stad Mechelen al een goed voorbeeld is van een intermediary framework en al heel wat functies op zich neemt, maar hier is zeker nog ruimte voor groei. De stad kan in haar rol als intermediair nog groeien. De stad geeft dit ook zelf aan dus in de toekomst kan deze intermediair verder groeien en meer functies van een intermediary framework vervullen.

## 9 Besluit

Na het afsluiten van dit verkennende onderzoek zijn er een aantal belangrijke conclusies die we kunnen trekken. We kozen ervoor om via diepte-interviews en gesprekken met verschillende sleutelfiguren op vlak van communicatie wat meer te weten te komen over de huidige effectiviteit van de communicatie van de EU naar de burger. Deze bevindingen werden onderbouwd met een bronnenstudie waardoor onze eigen inzichten in de EU konden groeien en worden aangevuld met inzichten die anderen in het verleden al hadden verworven. Een tweede deel in ons onderzoek bestond uit het bekijken van de intermediary framework theorie en de effectiviteit die deze intermediary frameworks op de communicatie van de EU zouden kunnen hebben. We brachten de frameworks die we tegenkwamen in kaart en gingen kijken waar elk van hen een meerwaarde aan de communicatie zou kunnen bieden voor de EU. Ten slotte werd het onderzoek afgerond met een expertgroep die eigen inzichten en meningen konden geven over de bekomen resultaten.

Aan het begin van dit onderzoek waren er een aantal onderzoeksvragen die we graag wilden beantwoorden. Hoewel dit verkennende onderzoek een aanzet geeft naar meer onderzoek, zijn er een aantal zaken aan het licht gekomen die ons alvast een antwoord op onze vragen konden geven.

Eén van onze onderzoeksvragen bestond erin dat we een inzicht wilden verwerven in de EU-instellingen en wilden weten wat de belangrijkste overheidsinstellingen voor de burger zijn. Uit ons onderzoek kunnen we besluiten dat de EU-instellingen die de burger kent, vaak ook diegene zijn die het belangrijkste voor hem zijn. Algemene instellingen zoals het Parlement en de Commissie of specifieke organisaties die ze op een bepaald moment in hun leven nodig hebben voor de juiste informatie, zijn het meest gekend. Toch kan uit opmerkingen van de geïnterviewden worden afgeleid dat veel EU-instellingen nog weinig of niet gekend zijn en dat voor veel burgers de EU nog vrij ongekend is.

Een tweede domein waarin we een inzicht wilden verkrijgen, was in de doelstellingen en de doelgroepen van de EU. Via haar communicatie probeert de EU in het algemeen de gehele Europese bevolking te bereiken, via de verschillende lidstaten worden door de commissie een aantal belangrijkste doelgroepen opgesteld waardoor uiteindelijk de gehele bevolking wordt bereikt. Daarbij wordt in België vooral aandacht besteed aan de pers, jongeren, stakeholders en mensen die al geïnteresseerd zijn in de EU. Wat de Europese Unie bij deze doelgroepen wilt bereiken is samen te vatten in drie algemene communicatiedoelstellingen: Burgers de macht geven – een Europese gemeenschap creëren – een versterking van de samenwerking.

Deze drie doelstellingen worden verder opgedeeld in specifiekere doelen die door elke lidstaat jaarlijks een andere invulling krijgen naargelang de noden van de burger.

Een derde onderzoeksvraag die we wilden beantwoorden sluit aan bij het voorgaande. We wilden bekijken hoe de communicatie van de EU georganiseerd is. Na ons onderzoek hebben we hier een duidelijke kijk op verworven. Elke Europese instelling hanteert haar eigen communicatieplan. De algemene communicatie van de EU naar de burger gebeurt vooral via de Commissie. Onder die Commissie vallen verschillende Directoraten-Generaal, waaronder dat voor Communicatie. De communicatie wordt door hen georganiseerd, dat doen zij individueel en daarnaast begeleiden zij ook de communicatie van de andere Directoraten-Generaal. De Vertegenwoordiging van de

Europese Commissie in België die onder de DG COMM valt, vervult hierin een specifieke rol. Zij gaan naar de burgers communiceren op een gerichte manier. Dat zorgt ervoor dat de communicatie van de EU een lokaal publiek bereikt en verstaanbaar is voor de burger.

Verder in ons onderzoek wilden we het begrip intermediary frameworks doorgronden. Na het bekijken van de theorie rond intermediary frameworks, hoe ze kunnen omschreven worden en welke functies ze kunnen vervullen werd er ook gekeken naar welke er al zijn, of welke er potentieel hebben om er één te zijn. Het werd duidelijk dat de EU zelf een heel aantal eigen instellingen heeft die kunnen fungeren als intermediair (bv. Europe Direct, Eures, Solvit, Euraxes, ...). Deze zijn onafhankelijk van de EU maar worden wel door de EU gecontroleerd. Ze fungeren allemaal als EU-promotor, wat inhoudt dat ze hun bestaansreden vinden in het actief communiceren over de EU en het actief samenwerken met de EU. Wanneer we de frameworks in Vlaanderen in kaart brachten, vonden we al heel wat organisaties die als intermediair fungeren. Onder hen zijn NGO's (VLEVA, Bond Beter Leefmilieu, ACW, ...), lagere overheidsinstanties (VVSG, ministerie van Buitenlandse Zaken, VDAB, ...), brancheorganisaties (Boerenbond, Unizo, ...), ... Bij de NGO's vonden we frameworks die ook als EU-promotor fungeerden (VLEVA en Ryckvelde), en frameworks die dat niet deden (Bond Beter Leefmilieu en ACW, ...) Ze hebben allen een eigen communicatie en werking, maar ze hebben wel de mogelijkheid om als doorgeefluik te fungeren voor informatie die afkomstig is van de EU.

Uit de verschillende interviews wordt duidelijk dat er al samenwerkingsverbanden bestaan met deze frameworks, vaak is de benoeming anders maar het principe blijft gelijk. Er wordt gesproken van partnerships waarbij de verschillende organisaties een samenwerking aangaan wanneer een onderwerp voor hen beiden van belang kan zijn. Toch is ook te merken dat deze samenwerking nog meer kan worden uitgewerkt en dan zeker in het geval van de EU met lokale organisaties.

Door een nauwkeurige analyse van de frameworks konden we een aantal voor- en nadelen ontdekken bij de inzet van intermediary frameworks. Zo kan er heel doelgroepgericht gecommuniceerd worden en langs de andere kant moet rekening worden gehouden met een kleuring van objectieve informatie. Een aantal belangrijke voor- en nadelen konden worden opgelijst die interessant kunnen zijn voor een toekomstige samenwerking met zulke frameworks.

De verschillende deelvragen konden uiteindelijk een antwoord bieden op de twee kernvragen die we aan het begin van ons onderzoek meenamen:

- In welke mate bieden intermediary frameworks potentieel voor het versterken van Europese overheidscommunicatie?
- Welk advies geef je aan de Europese overheden met betrekking tot de concrete inzet van intermediary frameworks in hun communicatiebeleid?

Welk potentieel er in de intermediary frameworks zit en welke adviezen we kunnen geven aan de EU wat betreft communicatie, werden samengevat op basis van de belangrijkste bevindingen uit het onderzoek. Hierbij worden zowel bevindingen, kritische noten als aanzetten tot verder onderzoek besproken. Dankzij de bronnenstudie, verschillende verhelderende diepte-interviews en een gesprek met een groep experts konden deze adviezen in het volgende hoofdstuk worden samengevat. Daarmee worden het verkennend onderzoek en deze bachelorproef afgerond. We sluiten af met de hoop dat dit een aanzet kan zijn tot verder onderzoek en uiteindelijk ook een aantal waardevolle aanbevelingen voor de communicatie van de Europese Unie.

## 10 Adviezen voor het gebruik van intermediary frameworks

In het volgende hoofdstuk vullen we onze onderzoeksresultaten aan met de feedback vanuit de expertgroep. Op basis hiervan formuleren we de belangrijkste bevindingen uit ons onderzoek waarmee wij denken dat nog rekening moet gehouden worden in eventuele volgende onderzoeken. Daarnaast proberen we adviezen of opmerkingen te geven voor het gebruik van intermediary frameworks in de communicatie van de EU naar de burger.

### 10.1 Aanbeveling 1: Optimaliseren van de communicatie van de EU

Vanuit de literatuurstudie en de interviews wordt duidelijk dat de communicatie naar de burger nog niet optimaal verloopt. Een algemene ervaring is dat de EU veel te ver staat van de burger. Zo werd uit vorig onderzoek (Michailidou, 2006) ook al duidelijk dat er een vertrouwenskloof tussen de EU en de burger is. Bij het opzoeken van informatie gaan de EU-instellingen vaak niet de eerste keuze zijn doordat de burger deze bron als minder objectief beschouwd. Daarnaast wordt heel duidelijk gemaakt dat de manier van communiceren de afstand nog sterker vergroot. Het gaat hier om zaken als de gebruiksvriendelijkheid van de EU-website en de opbouw van boodschappen die worden uitgestuurd. De burger ervaart de communicatie als ongestructureerd. Een algemene bevinding is dat de EU, in de ogen van de Europese burger vaak te weinig initiatieven neemt om de communicatie persoonlijker en meer begrijpbaar te maken. Het is de EU zelf die deze afstand creëert en hier kan in de toekomst dus meer aandacht aan worden besteed.

Uit de expertgroep:

*“Voor veel mensen is Europa een ver van mijn bed show. Ik heb niet het gevoel dat de EU op één of andere manier met mij communiceert.”*

Uit een interview met een medewerker van VLEVA:

*“Alles wat ze zelf zeggen blijft heel droog, formeel en ongestructureerd, hiërarchisch goedgekeurd. Alle punten en komma's die staan daar juist.”*

#### 10.1.1 Afstand tussen de EU en de burger

Er wordt veel geïnvesteerd in communicatie door de EU. Zo zijn er verschillende diensten en initiatieven en wordt er veel geld uitgegeven aan dure drukwerken met dik papier, ambtelijke taal, ... Deze ogen communicatietechnisch heel professioneel maar helaas bereiken die werken de burger vaak niet. We raden aan om in de toekomst eens dieper in te gaan op het gebruik van deze drukwerken en hoe die worden ervaren door de doelgroepen.

Op basis daarvan kunnen aanpassingen worden gemaakt en kan eventueel de afstand die wordt gecreëerd verkleind worden. We merken uit de interviews en expertgroep dat er wel degelijk goede initiatieven zijn maar dat die vaak niet tot bij de juiste doelgroep komen.

Een algemene opmerking die kan gegeven worden is dat het lijkt alsof de EU niet eerst kijkt naar wat de burger wil, maar eerder gaat uitzenden wat zij zelf het liefst gecommuniceerd zien, zonder daarbij rekening te houden met de noden van de doelgroep.

Uit de expertgroep:

*“Er wordt veel geld besteed aan communicatie naar de burger, er is heel veel maar het geraakt niet tot bij de burger. Er is een kloof die ze maar niet kunnen overbruggen en dat is het grootste probleem.”*

*“Er zijn wel leuke doelgroepgerichte dingen maar die zijn naar mijn gevoel te knap en eigenlijk te chique. Zo professioneel gemaakt dat het eigenlijk de afstand groter maakt.”*

*“Zij communiceren ook heel institutioneel, ze vertrekken niet vanuit de interesse van de burger. Ze duwen hun werking en hun structuren naar buiten.”*

*“Behoeften van de burger in kaart brengen, dat is belangrijk. Wat zoekt de burger en wat wil die krijgen van informatie? Op basis daarvan communicatie opstellen.”*

Uit een interview met een medewerker van VLEVA:

*“Mooie publicaties blijven hangen in het wereldje van mensen die al geïnteresseerd zijn in die communicatie en bereiken helaas geen publiek daarbuiten.”*

### 10.1.2 Afstand tussen de EU en overheidsinstanties

Wat ons nog is opgevallen is dat de EU niet alleen ver van de burger verwijderd is, ook de lagere overheidsinstanties geven aan dat ze nog niet zo goed vertrouwd zijn met de EU en vinden dat er een te grote kloof tussen hen en de EU is. Ze willen vaak wel meer doen voor de EU wat betreft communicatie, maar vaak is de nodige kennis over het onderwerp niet aanwezig. De algemene en afstandelijke vorm van communiceren van de EU kan hiermee verbonden worden. Om die kloof te dichten heeft de EU hier al heel wat doelstellingen over geformuleerd in haar beleidsdocumenten (White Paper, Werkingsprogramma Commissie, ...) maar de uitwerking is niet duidelijk terug te zien in de werkelijke communicatie.

Uit een interview met een medewerker van de stad Mechelen:

*“Momenteel is er een te grote afstand tussen de stad en de EU. Ik heb momenteel zelf ook echt geen idee welke instanties er allemaal zijn.”*

We denken dat het interessant kan zijn om in de toekomst te onderzoeken hoe men de lidstaten beter kan betrekken bij het communiceren over de EU. Overheden in de lidstaten kunnen en zouden een grotere rol moeten spelen. Ook zou de rol van lagere overheidsinstanties groter gemaakt moeten worden. Een betere en meer gestructureerde samenwerking met de Federale en Vlaamse overheid, steden en gemeenten zouden de communicatie ten goede kunnen komen.

### 10.1.3 Informatie van de EU

De vraag over wat de EU nu eigenlijk juist voor ons doet komt vaak terug. Naast de te kleine kennis over de verschillende instellingen bereiken ook vaak de goede initiatieven van de EU de burger niet rechtstreeks. De beleidsveranderingen van de EU bereiken de burger meestal pas als ze al zijn omgevormd tot specifiek Belgisch of Vlaams beleid, er is voor de burger dan ook geen duidelijk beeld van wat de EU nu juist voor hen doet. De interesse in de EU is er bij velen, alleen lijkt het voor hen zover weg. Er is te weinig kennis over de EU en haar bezigheden.

Uit onze expertgroep:

*“Wat veel mensen niet beseffen is dat 70% procent van de wetgeving hier in België eigenlijk van EU komt, dit wordt niet gecommuniceerd tenzij het om iets negatiefs gaat. Als er iets positiefs wordt gedaan dan claimt de Vlaamse of federale overheid het meestal als eigen initiatief. Lagere overheidsinstanties zouden meer kunnen bijdragen tot de zichtbaarheid van de EU.”*

*“Het grote probleem is gewoon ook dat de lidstaten en hun overheden niet duidelijk genoeg maken dat beleid wordt beslist door de EU. Het heeft een invloed op ons dagelijks leven en niemand beseft het.”*

Uit een interview met een medewerker van de Vlaamse overheid:

*“Nieuwe Europese richtlijnen moeten altijd eerst worden omgezet naar nationale en lokale regelgeving in de lidstaten. Het is pas op dat moment dat er voor onze burger nieuwsaarde ontstaat. We zijn op dat moment bezig met in ons eigen voordeel zaken te communiceren, onze eigen regelgeving. En niet met het feit dat het oorspronkelijk van de EU komt.”*

Langs de andere kant kan in de toekomst gekeken worden naar een tegenvraag: Is het wel nodig om vanuit de EU zo constant te communiceren naar de doelgroep? Heeft de burger daar behoefte aan? Is het belangrijk dat ze de verschillende instellingen kennen?

Het is interessant om te bekijken of doorgeefluiken als intermediary frameworks een oplossing kunnen zijn in het doorgeven van boodschappen. Verder in dit hoofdstuk wordt nog besproken dat de burger vaak sneller iets zal aannemen van een organisatie die dicht bij hen staat en meer afgestemd is op de noden van de burger.

Uit de expertgroep:

*“Langs de andere kant vraag ik mij of het nodig is dat die instellingen gekend moeten zijn? Dit maakt het uiteindelijk voor de burger alleen maar ingewikkelder.”*

#### 10.1.4 Versnippering van de communicatie

Een bevinding die bij de vorige aansluit is het feit dat de EU zo'n versnipperde communicatie heeft dat de boodschappen die worden uitgestuurd te divers en te veel worden. We willen daarom hierbij adviseren dat er een sterkere stroomlijning komt in de communicatie van de verschillende EU-instellingen.

We kunnen ook opnieuw ingaan op een opmerking die eerder al werd gegeven dat er bij het communiceren te weinig rekening wordt gehouden met de eigenlijke doelgroep en wat deze van de EU verwacht wat betreft communicatie.

We willen daarbij aanraden om van de eerder institutionele aanpak af te stappen en nog meer aandacht te vestigen op het doel van de boodschap: voor wie is ze bedoeld? Wat betekent dit voor de burger? Wat is de kern van de boodschap?

Uit de expertgroep:

*“De EU zet voor bijna elk probleem dat opduikt een nieuwe instelling op, er is een versnippering van informatie en kanalen. Je ziet dit in EU-projecten ook waarmee ik werk, de financiering komt van verschillende kanten en dan vraag ik mij soms af of zij eigenlijk met elkaar praten? Volgens mij heeft dit te maken met het feit dat ze zo institutioneel communiceren.”*

Uit een interview met een medewerker van VLEVA:

*“Europa zelf communiceert niet, maar wel vanuit alle mogelijke departementen en agentschappen wat maakt dat honderden sites per dag moeten worden nagekeken voor de belangrijkste info.”*

Uit een interview met een medewerker van Europa Direct:

*“Die communicatie verloopt niet uniform, het is te verscheiden. Beter een paar boodschappen die goed aankomen dan te veel info die helemaal niet aankomt.”*

Op deze laatste quote willen we dan ook ingaan met een volgende opmerking of vraag. Is het belangrijk dat de burger alle informatie krijgt van de EU? Dat de Europese Unie elke boodschap breed uitstuurt? Op dit moment ervaart de burger de communicatie als een ‘informatie-overload’. Een eenduidige en gerichte communicatie die specifiek kan gericht worden op bepaalde doelgroepen is iets waarop meer zou moeten worden ingezet. Daarbij bleek wel uit ons onderzoek dat het EU-logo er toe kan bijdragen dat de communicatie herkenbaar is. Het is dan ook iets wat wij aanraden om in de toekomst te blijven gebruiken en ook meer in de verf te zetten. Een algemeen logo voor alle EU-instellingen zou zichtbaarheid en herkenbaarheid vergroten.

#### 10.1.5 What’s in it for me?

Tot slot willen we de EU ook aanbevelen om niet zomaar over nieuwe regels en wetgeving te communiceren, maar erbij uit te leggen waarom die veranderingen er zijn. Als de keuzes verantwoord worden, dan worden veranderingen ook sneller geaccepteerd. Geen hele wetteksten, maar concrete initiatieven en resultaten waarin wordt duidelijk gemaakt welke de voordelen zijn van een beleidsverandering.

Uit onze expertgroep:

*“Een voorbeeld van foute aanpak van communicatie is bijvoorbeeld te zien bij de kippenkwekers. Batterijen mogen niet meer, alle kippen moeten vrij lopen. Dat zijn grote kosten voor die boeren. Ze zien dus alleen het negatieve van de zaak en ook de consument ziet uiteindelijk alleen maar de prijsstijging. Het is daarom de taak van de EU om in de plaats van enkel die beleidsverandering te communiceren ook duidelijk te maken waarom die er gekomen is. Men weet bijvoorbeeld niet dat die eieren van betere kwaliteit zijn, gezonder zijn en dat ook de kippen minder kans op ziekten hebben e.d. De positieve gevolgen zouden meer in de verf moeten worden gezet en dan is de bevolking meer bereid om meer te betalen voor een ei. Dan worden ze meer begripvol.”*

## 10.2 Aanbeveling 2: Onderzoek of het imagoprobleem de communicatie schaadt

De EU probeert ook veel aan communicatie te doen om de kloof tussen hen en de burger te dichten, toch is te merken uit de interviews en ook uit documenten van de EU zelf dat het de afstand tussen de twee partijen niet wegneemt. Daarom kunnen we ons de vraag stellen of het huidige imago van de EU niet de oorzaak is voor de afstand tussen de EU en de burger. We merken dat mensen niet voldoende vertrouwen hebben in de EU vanuit de expertgroep en eerdere onderzoeken (Michailidou, 2006) en misschien komt het daardoor wel dat ook de communicatie er niet in slaagt de afstand te overbruggen. Als het vertrouwen en het imago niet goed zitten, dan nemen mensen ook de boodschappen van de EU niet aan. Op dit moment lijkt het er op dat de EU met haar



communicatie zich vooral wil legitimeren. Dit is misschien een bevinding die in de toekomst verder bekeken kan worden.

Uit de expertgroep:

*“Je kan nog zo veel fantastische brochures uitbrengen over de EU of de Euro. Er is niemand die dat gelooft als er geen vertrouwen is.”*

*“Je mag communiceren wat je wilt, als het basisvertrouwen er niet is, dan lukt het toch niet.”*

*“Mensen zijn vaak argwanend tegenover de EU. Een boer gaat liefst informatie inwinnen bij de Boerenbond, een natuurliefhebber liever bij Greenpeace, ... ze gaan niet naar de EU-kanalen.”*

### **10.3 Aanbeveling 3: Samenwerking met intermediary frameworks voor communicatie**

Uit ons onderzoek en daarnaast ook uit het gesprek met de expertgroep kunnen we concluderen dat het gebruik van intermediary frameworks tal van voordelen kan bieden en dat het de EU kan bijstaan in het bereiken van haar doelgroepen en realiseren van haar doelstellingen. Een intermediary framework vervult tal van functies en draagt bij tot communicatie op maat van de doelgroep, een groter bereik, een verkleining van de kloof tussen de EU en de burger. We willen dan ook aanbevelen om de samenwerking met partners, organisaties, mogelijke intermediary frameworks te versterken en meer uit te bouwen. Een integratie hiervan in de communicatie kan ervoor zorgen dat de boodschappen van de EU meer burgers bereiken.

Uit onze expertgroep:

*“Als gewone burger heb ik niet echt iets te zoeken op de site van de EU. Ik zal sneller de site van een organisatie dicht bij mij bezoeken.”*

*“Ik zal bepaalde boodschappen eerder geloven als een intermediair het me zegt dan wanneer ik een folder in de bus krijg met het logo van de EU erop”*

*“Hoe komen wij aan informatie over de Belgische politiek? Toch niet door naar de website te surfen van de Federale overheid? Neen we luisteren naar het nieuws, we lezen de krant.”*

*“Europa heeft inderdaad al heel wat manieren om te communiceren, maar de intermediairen zijn een nieuwe manier. Die zijn er al. Het is een sluis tussen de EU en de burger. Sommige zaken moet je enkel via de intermediairen doorgeven en andere zaken laat je rechtstreeks gebeuren.”*

*“Ik ken een concreet voorbeeld uit de praktijk waarin intermediairen op lokaal niveau hun nut bewezen hebben. In de stad Antwerpen hebben ze een systeem om met hun wijken te overleggen en daar werden ook andere organisaties bij betrokken. Op een bepaald moment hebben ze beslist om die middenveldorganisaties niet langer te betrekken. Ze wilden rechtstreeks de burger bereiken. Ze wilden niet dat die organisaties de informatie kleurden. Ze dachten dat het wel zou lukken als ze rechtstreeks zouden communiceren. Uiteindelijk zorgde dat ervoor dat er meer protestacties waren en er meer tegenwerking was, en dat er*

*veel minder burgers bereikt werden. Ze zijn op hun beslissing teruggekomen. De competentie van intermediary frameworks is groot. De communicatie van die intermediary frameworks maken de vertaalslag van de informatie van de overheid. De intermediairen kennen hun doelgroep en vertalen het op hun maat. Dat heeft een grote meerwaarde. Dat heeft veel meer invloed en een groter bereik. Die verkleuring moet je er dus best bijnemen en is miniem in vergelijking met het tegenvallende bereik als je ze weglaat.”*

*“Er is sprake van push en pull tussen de EU en de intermediair. Er zijn zaken die de EU zal willen doorduwen en de intermediairen op hun beurt willen ook wel bepaalde zaken weten. Dus zij trekken de informatie dan weer tot bij hen. Als het iets interessants is voor de intermediair dan zullen die de info wel gaan opzoeken.”*

## 10.4 Aanbeveling 4: Een beleid voor intermediary frameworks

### 10.4.1 Intermediary frameworks in kaart brengen

We willen de EU aanraden om een beleid rond de samenwerking met intermediary frameworks te ontwikkelen. Het in kaart brengen van alle potentiële organisaties en het leren kennen van deze frameworks kan de communicatie achteraf vlotter laten verlopen. Daarbij is het belangrijk om te kijken naar welke mogelijkheden er zijn wat betreft organisaties, waarmee die zich bezighouden, wat zij verwachten en waarover zij communiceren en uiteraard ook wie hun achterban is. Het is belangrijk om de intermediary frameworks door en door te leren kennen. Op die manier kan er geëvolueerd worden naar een betere onderlinge verstandhouding en een efficiëntere inzet van de frameworks. Als de EU een goed zicht heeft op welke frameworks er zijn dan kan ze gericht informatie naar hen sturen die aansluit bij hun gebied van werken. In de toekomst lijkt het ons opportuun om een uitgebreider onderzoek te voeren naar mogelijke intermediary frameworks. Het lijkt ons interessant om hen verder in kaart te brengen met hun specifieke behoeften, verwachtingen en doelgroepen. Bij het in kaart brengen moet rekening worden gehouden met de verschillende soorten intermediary frameworks die er zijn en welke functies zij hebben.

Uit een interview met een medewerker van de stad Mechelen:

*“Het is voor mij heel belangrijk dat er duidelijk vermeld wordt voor welke doelgroep de informatie bestemd is en ook het onderwerp moet duidelijk zijn. Als dat duidelijk is dan kunnen we het ook meteen doorsturen naar de juiste personen. Soms moet je zelf heel veel tijd besteden om te achterhalen wat nu juist de informatie inhoudt die je toegestuurd krijgt en voor wie het bedoeld is.”*

Uit een interview met Henk-Jan Rebel, lector aan de hogeschool Utrecht en onderzoeker intermediary frameworks:

*“Je moet een onderscheid maken tussen intermediairen die dicht bij de overheid zitten en intermediairen die dicht bij de doelgroep staan. En dan zijn er nog die er tussenin hangen.”*

Daarnaast kan het bij de inventarisatie van de intermediary frameworks zeker helpen om meteen ook vast te leggen welke mogelijke functies zij reeds vervullen en welke functies zij zouden kunnen

vervullen, zoals besproken werd in hoofdstuk 6.1.5.4. Dit is dus ook een aanbeveling of aanzet tot mogelijk verder onderzoek naar deze frameworks.

Tot slot willen we ook aanbevelen om bij de inventarisatie van de frameworks ook te bestuderen in hoeverre de intermediary frameworks informatie doorgeven. Het is belangrijk om een inzicht te krijgen in welke mate er informatie over de EU in hun activiteiten en communicatie doordringt. Gebeurt dit vier keer per jaar, wekelijks, maandelijks, ...

#### 10.4.2 Aangepaste boodschappen

Daarop volgt dat we aanraden om op basis van deze 'inventarisatie' van de intermediary frameworks ook een aangepaste manier van communiceren te hanteren. Boodschappen worden nu heel algemeen en breed uitgestuurd, een meer gedoseerde en gestructureerde aanpak waarbij al iets meer wordt ingegaan op de noden van specifieke doelgroepen zal de frameworks meer aanspreken.

In de gigantische informatiestroom is het voor intermediary frameworks nu vaak te moeilijk om de belangrijkste boodschappen op te vangen. Daarbij geven we de bevinding dat het voor velen vaak niet duidelijk is voor wie de informatie nu bedoeld is omwille van dat algemene karakter van de boodschappen. De gerichtheid van deze boodschappen kan optimaal verlopen als de inventarisatie van de mogelijke intermediary frameworks uitgebreid genoeg is. Een bevinding daarbij is dat de indeling vaak te algemeen verloopt, zo zijn er ontzettend veel verschillende categorieën van NGO's terug te vinden, een extra aanbeveling is daarom dat bij het in kaart brengen van deze organisaties er een duidelijke, fijnmazige onderverdeling moet komen. Op deze manier kan die brede manier van communiceren opnieuw meer worden gestroomlijnd en gericht worden gemaakt.

Uit onze expertgroep:

*"Vergelijk het met een gigantisch glazen wolkenkrabber. Het is transparant dus je kan in elke kamer binnenkijken, maar er zijn zoveel kamer naast en op of onder elkaar dat je de weg kwijt raakt, waar moet je nu eerst kijken?"*

Uit een interview met een medewerker van de Europese Commissie:

*"De EU is voor onze samenleving al te abstract, het is eigenlijk een groot, grijs, onbekend gebouw. Het is onze taak om hen concreet te laten zien hoe die EU hun dagelijkse leven beïnvloedt."*

*"We bereiken liever veel mensen zodat ze het onderwerp toch al leren kennen, dan dat we weinig mensen bereiken die alles tot in de details kennen of krijgen."*

Uit een interview met een medewerker van de Vlaamse Overheid:

*"Een boodschap per keer alstublieft. Je kan maar één boodschap krachtig brengen, als je er drie brengt dan krijgt elke boodschap nog maar een derde van de aandacht. Op die manier komt geen enkele aan."*

Aan de andere kant willen we daar ook wel bij vermelden dat de transparantie in de communicatie van de EU ook zijn voordelen heeft. Ondanks het feit dat niet alle informatie even efficiënt kan gevonden worden is het een voordeel dat er steeds extra informatie beschikbaar is en niet enkel een beknopte boodschap waarbij nadien nog naar extra informatie moet gezocht worden. Op dit vlak kan dus verder worden ingegaan op het uitsturen van informatie. Het is belangrijk om de kern en het doel van de boodschap duidelijk te maken, maar achtergrondinformatie is niet overbodig.

Uit een interview met een medewerker van het ACW:

*“De informatie die ik krijg is zeker nuttig, ik denk trouwens dat het goed is dat er zo’n grote stroom aan informatie is. Ik vind het niet irritant om te moeten filteren omdat ik liever te veel informatie heb en dan verder kan doorlezen dan dat ik nog opzoekwerk moet verrichten.”*

### 10.5 Aanbeveling 5: Boodschappen kunnen loslaten

Uit onze interviews en onderzoek kunnen we afleiden dat de EU graag de controle over haar boodschappen behoudt. Als de EU rechtstreeks communiceert via haar instellingen dan heeft het zelf de controle bij wie de informatie terecht komt en hoe die informatie eruit zal zien. Als er intermediairen ingezet worden die de communicatie deels overnemen dan moet de EU die controle voor een stuk ook uit handen geven. De Europese Unie moet dus in de eerste plaats een afweging maken of ze die controle kan en wil afgeven aan organisaties die als doorgeefluik fungeren. Daarbij vullen we nog aan dat dit voor een stuk al gebeurt in de communicatie via de pers.

Een andere belangrijke bedenking hierbij is ook dat intermediary frameworks informatie van de EU krijgen en aanpassen aan hun doelgroep. Ze selecteren in de informatie en maken de boodschappen op maat van hun doelgroep. Hierdoor bestaat er een grote kans dat de informatie wordt gekleurd. Sommigen van onze bevrageden zagen dit als een aandachtspunt bij de inzet van intermediairen.

De EU moet zich in dit opzicht de bedenking maken of kleuring van de boodschap een probleem kan vormen. Doordat intermediary frameworks hun stempel drukken op de informatie en deze aanpassen aan de noden en interesses van de doelgroep, wordt de communicatie verbeterd wat betreft gerichtheid. Door de inzet van intermediairen wordt het bereik van de boodschappen ook veel groter. De EU moet dan ook de afweging maken of het liever burgers minder efficiënt bereikt, maar wel met 100 procent juiste en uitgebreide informatie of dat het liever veel specifiek en gericht burgers bereikt met een gekleurde boodschap. Door de communicatie uit handen te geven via intermediairen, krijgt de EU heel wat voordelen. Het loslaten van de controle gebeurt vandaag ook al wanneer de EU boodschappen doorgeeft aan de pers. Bovendien kan die kleuring of specifieke ondertoon er net toe aanzetten dat burgers op eigen initiatief meer informatie gaan opzoeken over de boodschap die hen via de intermediairen bereikt heeft.

Uit een interview met een medewerker van de Europese Commissie:

*“Ik ben zeker voor een samenwerking met intermediary frameworks. Het is dan wel gekleurde informatie, maar op een gegeven moment moet zoiets gigantisch als de EU kunnen loslaten en de informatie zijn eigen leven laten leiden.”*

Uit de expertgroep:

*“Je moet de EU ergens ook verstaan. Als ze alles via intermediairen doen dan bereiken ze veel mensen, maar dan hebben ze zelf geen controle over de boodschap. Daarom beslissen ze dan om hun eigen communicatie te gebruiken. Maar de vraag is of dit efficiënt is.”*

Ten slotte kan hier ook nog op worden aangevuld dat ook niet alle informatie gemaakt is om via intermediaire kanalen door te geven. Ook hier is het belangrijk dat de EU een duidelijk onderscheid maakt tussen soorten boodschappen en welke manier van communiceren die nodig hebben.

Vanuit een interview met een medewerker van de Vlaamse Overheid:

*“Als een idee van de EU daarmee overeenstemt met de ideeën van de organisatie, dan communiceren ze daar ook wel over. Aan sommige zaken is geen nood om die via anderen heel specifiek te communiceren.”*

## Literatuurlijst

- ACW (4 maart 2011). *ACW in beeld* (brochure). <http://www.slideshare.net/acwslideshare/acw-voorstellingsfolder-nederlands> (18 mei 2012).
- ACW (18 mei 2012). *Wat is ACW?* [http://www.acw.be/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=105&Itemid=519](http://www.acw.be/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=105&Itemid=519) (18 mei 2012).
- ACW (18 mei 2012). *Wie zijn we?* [http://www.acw.be/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=106&Itemid=520](http://www.acw.be/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=106&Itemid=520) (18 mei 2012).
- Boerenbond (18 mei 2012). *Boer en Tuinder*. <http://www.boerenbond.be/Publicaties/Tijdschriften/BoerTuinder/tabid/419/language/nl-NL/Default.aspx> (18 mei 2012).
- Boerenbond (18 mei 2012). *Wie zijn we?* <http://www.boerenbond.be/Wiezijnwe/tabid/382/Default.aspx> (18 mei 2012).
- Bond Beter Leefmilieu (17 mei 2012) *Over ons*. <http://www.bondbeterleefmilieu.be/page.php/1> (17 mei 2012).
- Bureau den Haag van de Europese Commissie (2010). *Europese Almanak 2011*. Den Haag: Sdu Uitgevers.
- Cultuurnet. (23 mei 2012) *Over ons*. <http://www.cultuurnet.be/over-ons> (23 mei 2012).
- Dieussaert, K., Smits, D. & Goubin, E. (2011). *Onderzoek in de Praktijk. Een gids voor praktijkgericht onderzoek*. Leuven – Den Haag: Acco.
- Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie (juni 2009). *EU-informatie-en ondersteuningsdiensten* (brochure).
- Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie (april 2010). *De Europese Commissie 2010-2014. Profielen en prioriteiten* (brochure). Luxemburg.
- Directoraat-Generaal Communicatie van de Europese Commissie (maart 2010). *Let's explore Europe* (brochure). Luxemburg.
- Directoraat-Generaal van de Europese Commissie (2011). *Europa en u. Overzicht van de belangrijkste resultaten* (brochure). Luxemburg. <http://ec.europa.eu/publications/booklets/others/83/nl.pdf> (16 mei 2012).
- Directoraat-Generaal Onderwijs en Cultuur van de Europese Commissie (2012). *Europass. Heb jij al een CV?* (brochure). Luxemburg.
- Directoraat-Generaal Communicatie van het Europees Parlement (april 2010). *Het Europees Parlement* (brochure). Luxemburg.
- EU Communication Plaza (2012). *Research into European Union Communication* (paper). [http://www.eucommunicationplaza.org/sites/default/files/downloads/Research\\_into\\_European\\_Union\\_Communication.pdf](http://www.eucommunicationplaza.org/sites/default/files/downloads/Research_into_European_Union_Communication.pdf) (16 mei 2012).
- Eur-lex (5 mei 2012). *Geconsolideerde versie van het verdrag betreffende de Europese unie*. [http://eur-lex.europa.eu/nl/treaties/dat/12002M/htm/C\\_2002325NL.000501.html#anArt6](http://eur-lex.europa.eu/nl/treaties/dat/12002M/htm/C_2002325NL.000501.html#anArt6) (5 mei 2012).
- Eur-lex (5 mei 2012). *Verdragen*. [http://eur-lex.europa.eu/nl/treaties/dat/12002M/htm/C\\_2002325NL.000501.html#anArt6](http://eur-lex.europa.eu/nl/treaties/dat/12002M/htm/C_2002325NL.000501.html#anArt6) (5 mei 2012).
- EuropaNu (6 mei 2012). *Wie doet wat?* [http://www.europa-nu.nl/id/vg9ho48czuz9/raad\\_van\\_europa\\_rve?gclid=CK6O676D7K8CFYWC3godOmHzgg](http://www.europa-nu.nl/id/vg9ho48czuz9/raad_van_europa_rve?gclid=CK6O676D7K8CFYWC3godOmHzgg) (6 mei 2012).
- EuropaNu (23 mei 2012). *Eurobarometer*. <http://www.europa-nu.nl/id/vh7dot4bq5zp/eurobarometer> (23 mei 2012).
- European Movement international (17 mei 2012). *About us*. <http://www.europeanmovement.eu/> (17 mei 2012).
- Europees Parlement (5 mei 2012). *Organisatie en werkzaamheden. Members*. <http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/nl/0081ddfaa4/Leden.html> (5 mei 2012).
- Europees Parlement (6 mei 2012). *The president*. <http://www.europarl.europa.eu/the-president/en/president/biography.html> (6 mei 2012).
- Europees Parlement (9 mei 2012). *Organisatie en werkzaamheden*. <http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/nl/007f2537e0/Fracties.html> (9 mei 2012).
- Europese beweging België (17 mei 2012). *Over ons*. <http://www.europese-beweging.be/> (17 mei 2012).
- Europese Centrale bank (9 mei 2012). *De Europese Centrale Bank*. <http://www.ecb.int/ecb/html/index.nl.html> (9 mei 2012).
- Europese Commissie (2005) *Action plan to improve communicating Europe by the commission* (intern actieplan voor de communicatie). [http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/communication\\_com\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/communication_com_en.pdf) (24 april 2012).

Europese Commissie (2006). *White paper. On a European communication policy* ( Intern werkdocument). [http://europa.eu/documents/comm/white\\_papers/pdf/com2006\\_35\\_en.pdf](http://europa.eu/documents/comm/white_papers/pdf/com2006_35_en.pdf) (24 april 2012).

Europese Commissie (3 oktober 2007). *Communicating Europe in Partnership*. [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2007/com2007\\_0568en01.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2007/com2007_0568en01.pdf) (24 april 2012).

Europese Commissie (24 januari 2011). *Enterprise and industry. News*. [http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemdetail.cfm?&item\\_id=3241&lang=en](http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemdetail.cfm?&item_id=3241&lang=en) (6 mei 2012).

Europese Commissie (15 november 2011). *Werkprogramma van de Commissie voor 2012. Een nieuw Europees elan omzetten in tastbare resultaten* (intern beleidsdocument). [http://ec.europa.eu/atwork/programmes/docs/cwp2012\\_nl.pdf](http://ec.europa.eu/atwork/programmes/docs/cwp2012_nl.pdf) (22 april 2012).

Europese Commissie (5 mei 2012). *Departments (Directorates-General) and services*. [http://ec.europa.eu/dgs/communication/about/what\\_we\\_do/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/dgs/communication/about/what_we_do/index_en.htm) (5 mei 2012).

Europese Commissie (5 mei 2012). DG communication staff. [http://ec.europa.eu/dgs/communication/about/contact\\_us/staff/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/dgs/communication/about/contact_us/staff/index_en.htm) (5 mei 2012).

Europese Commissie (2012). *Communicating Europe* (brochure). Brussel

Europese Commissie (9 mei 2012). *Directoraat-generaal communicatie*. [http://ec.europa.eu/dgs/communication/about/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/dgs/communication/about/index_en.htm) (9 mei 2012).

Europese Commissie (9 mei 2012). *Leeshoekje. Landkaarten*. <http://ec.europa.eu/publications/booklets/others/58/countries2007/nl.pdf> (9 mei 2012).

Europese Commissie (16 mei 2012). *Europees onderzoek in actie. Het zeven kaderprogramma* (brochure). [http://ec.europa.eu/research/fp7/pdf/fp7-brochure\\_nl.pdf](http://ec.europa.eu/research/fp7/pdf/fp7-brochure_nl.pdf) (16 mei 2012).

Europese Commissie (22 mei 2012). *Over de Commissie. Werkgelegenheid sociale zaken en inclusie*. <http://ec.europa.eu/eures/home.jsp?lang=nl> (22 mei 2012).

Europese Gemeenschappen (2007). *Hoe werkt de EU. Uw wegwijzer voor de EU-instellingen* (brochure). [http://ec.europa.eu/publications/booklets/eu\\_glance/68/nl.pdf](http://ec.europa.eu/publications/booklets/eu_glance/68/nl.pdf) (5 mei 2012).

Europese Gemeenschappen (2008). Eures. *Personeelswerving in Europa* (brochure). Luxemburg.

Europese Unie (5 mei 2012). *Instellingen en organen. Het Europees Parlement*. [http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/european-parliament/index\\_nl.htm](http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/european-parliament/index_nl.htm) (5 mei 2012).

Europese Unie (5 mei 2012). *Over de EU. Basisinformatie*. [http://europa.eu/about-eu/basic-information/index\\_nl.htm](http://europa.eu/about-eu/basic-information/index_nl.htm) (5 mei 2012).

Europese Unie (5 mei 2012). *Over de EU. Geld en de EU*. [http://europa.eu/about-eu/basic-information/money/index\\_nl.htm](http://europa.eu/about-eu/basic-information/money/index_nl.htm) (5 mei 2012).

Europese Unie (5 mei 2012). *Over de EU. Geschiedenis*. [http://europa.eu/about-eu/eu-history/index\\_nl.htm](http://europa.eu/about-eu/eu-history/index_nl.htm) (5 mei 2012).

Europese Unie (5 mei 2012). *Over de EU. Hoe wordt een land lid van de EU?* [http://europa.eu/about-eu/countries/joining-eu/index\\_nl.htm](http://europa.eu/about-eu/countries/joining-eu/index_nl.htm) (5 mei 2012).

Europese Unie (5 mei 2012). *Over de EU. Lidstaten*. [http://europa.eu/about-eu/countries/index\\_nl.htm](http://europa.eu/about-eu/countries/index_nl.htm) (5 mei 2012).

Europese Commissie (5 mei 2012). *Uitbreiding. Het beleid. Voorwaarden tot toetreding*. [http://ec.europa.eu/enlargement/the-policy/conditions-for-enlargement/index\\_nl.htm](http://ec.europa.eu/enlargement/the-policy/conditions-for-enlargement/index_nl.htm) (5 mei 2012).

Europese Unie (6 mei 2012). *Besluitvorming. EU-verdragen*. [http://europa.eu/about-eu/basic-information/decision-making/treaties/index\\_nl.htm](http://europa.eu/about-eu/basic-information/decision-making/treaties/index_nl.htm) (6 mei 2012).

Europese Unie (6 mei 2012) *Instellingen en organen. Comité van de regio's*. [http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/cor/index\\_nl.htm](http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/cor/index_nl.htm) (6 mei 2012).

Europese Unie (9 mei 2012). Comité van de regio's. [http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/cor/index\\_nl.htm](http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/cor/index_nl.htm) (9 mei 2012).

Europese Unie (9 mei 2012). *Instellingen en organen. Het hof van justitie*. [http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/court-justice/index\\_nl.htm](http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/court-justice/index_nl.htm) (9 mei 2012).

Europese Unie (18 mei 2012). *Over de EU. Instellingen en organen. Agentschappen en gedecentraliseerde organen*. [http://europa.eu/agencies/index\\_nl.htm](http://europa.eu/agencies/index_nl.htm) (18 mei 2012).

Expertgroep Memori (25 mei 2012). Vier medewerkers bij onderzoeksbureau Memori (interview). Mechelen: Onderzoekscentrum Memori.

Fontaine, P. (juli 2010). *Europe in 12 lessons* (brochure). Luxemburg.

Gezinsbond (23 mei 2012). *Even voorstellen*. [http://www.gezinsbond.be/index.php?option=com\\_content&view=article&id=34&Itemid=25\\_4](http://www.gezinsbond.be/index.php?option=com_content&view=article&id=34&Itemid=25_4) (23 mei 2012).

Ghesquiere, G. (2010). *Presidentsverkiezingen in de Vlaamse pers: een vergelijkende inhoudsanalyse*

- Meillier, S. (2006 – 2007). *Towards better EU Communication A conceptual, organisational and structural challenge*. [http://www.touteurope.eu/fileadmin/CIE/06-observatoire/etudes/S\\_MEILLIER - College of Europe - Thesis.pdf](http://www.touteurope.eu/fileadmin/CIE/06-observatoire/etudes/S_MEILLIER_-_College_of_Europe_-_Thesis.pdf) (18 mei 2012).
- Michailidou, A. (2006, december). *The role of the internet in the European Union's public communication strategy and the emerging European public sphere*. <https://dspace.lboro.ac.uk/dspace-jspui/handle/2134/3055> (18 mei 2012)
- Memori (2012). *Expertisecentrum: Communicatie, Innovatie en Inclusie* (brochure).
- Ministerie van Onderwijs (17 mei 2012). *Wegwijs*. <http://www.ond.vlaanderen.be/wegwijs/> (17 mei 2012)
- Netwerk Bewust Verbruiken ( 28 september 2011). *Nieuws*. <http://www.bewustverbruiken.be/nieuws/91-energie-nieuws/516-universele-gsm-oplader- vermindert-afvalberg-vanaf-2010.html> (6 mei 2012).
- Raad van de Europese Unie (31 mei 2011). *EU common communication priorities for 2012* (intern actieprogramma voor de lidstaten). <http://register.consilium.europa.eu/pdf/en/11/st10/st10969.en11.pdf> (24 mei 2012).
- Raad van de Europese Unie (9 mei 2012). *Raad*. <http://www.consilium.europa.eu/council?lang=nl> (9 mei 2012).
- Rawlins, B.L. (2006). *Prioritizing stakeholders for public relations* (paper) [http://florida4h.net/news/public\\_relations/files/2006\\_Stakeholders.pdf](http://florida4h.net/news/public_relations/files/2006_Stakeholders.pdf) (17 mei 2012).
- Rebel, H.J ( 9 oktober 2009). *PR-models: Reception, interpretation and dissemination in Europe* (public lecture). <http://www.communicationandjournalism.research.hu.nl/Data/News/~media/KENNISCENTRA/Documents/FCJ/10-10-09%20HJ%20Rebel%20-%20Warsaw%20Lecture%20OK.ashx> ( 16 mei 2012).
- Ryckvelde (19 mei 2012). *Wat doen we*. [http://www.ryckvelde.be/nl/ryckvelde/wat\\_doen\\_we-51.html](http://www.ryckvelde.be/nl/ryckvelde/wat_doen_we-51.html) (19 mei 2012).
- Ryckvelde (19 mei 2012). *Wie zijn we*. [http://www.ryckvelde.be/nl/ryckvelde/wie\\_zijn\\_we-37.html](http://www.ryckvelde.be/nl/ryckvelde/wie_zijn_we-37.html) (19 mei 2012).
- Sage Journals (2007). *European Journal of Communication*. Volume 22 – number 4.
- Social Platform (23 mei 2012). *About us*. <http://www.socialplatform.org/default.asp> (23 mei 2012).
- Universiteit Twente (16 mei 2012). *Theory Clusters*. [http://www.utwente.nl/cw/theorieenoverzicht/Theory%20Clusters/Mass%20Media/Two\\_Step\\_Flow\\_Theory-1.doc/](http://www.utwente.nl/cw/theorieenoverzicht/Theory%20Clusters/Mass%20Media/Two_Step_Flow_Theory-1.doc/) (16 mei 2012).
- Unizo (2011). *Voorstellingsbrochure. Unizo versterkt ondernemers* (brochure). [http://www.unizo.be/upload/unizo\\_voorstellingsbrochure/magazine.html](http://www.unizo.be/upload/unizo_voorstellingsbrochure/magazine.html) (23 mei 2012).
- Unizo (23 mei 2012). *Wat is Unizo?* <http://www.unizo.be/allesoverunizo.jsp> (23 mei 2012).  
*van de berichtgeving over presidentskandidaten Bush en Obama* (masterproef). [http://lib.ugent.be/fulltxt/RUG01/001/490/907/RUG01-001490907\\_2011\\_0001\\_AC.pdf](http://lib.ugent.be/fulltxt/RUG01/001/490/907/RUG01-001490907_2011_0001_AC.pdf) (16 mei 2012).
- VDAB (18 mei 2012). *Over VDAB*. <http://vdab.be/vdab/algemeen.shtml> (18 mei 2012).
- VVP (23 mei 2012). *VVP*. <http://www.vlaamseprovincies.be/missie> (23 mei 2012).
- Wikipedia (1 mei 2012). *Verdrag van Nice*. [http://nl.wikipedia.org/wiki/Verdrag\\_van\\_Nice](http://nl.wikipedia.org/wiki/Verdrag_van_Nice) ( 6 mei 2012).
- Wikipedia (16 mei 2012). *Level playing field*. [http://nl.wikipedia.org/wiki/Level\\_playing\\_field](http://nl.wikipedia.org/wiki/Level_playing_field) (16 mei 2012).
- Wikipedia (2 november 2011 ). *Verdrag van Maastricht*. [http://nl.wikipedia.org/wiki/Verdrag\\_van\\_Maastricht](http://nl.wikipedia.org/wiki/Verdrag_van_Maastricht) (6 mei 2012).
- Wikipedia (28 april 2012). *Verdrag van Lissabon*. [http://nl.wikipedia.org/wiki/Verdrag\\_van\\_Lissabon](http://nl.wikipedia.org/wiki/Verdrag_van_Lissabon) ( 6 mei 2012).



## Bijlagen

### Bijlage 1 : Lijst met geïnterviewden

**Henk-Jan Rebel**, lector aan de hogeschool van Utrecht en onderzoeker intermediary frameworks. (Interview 17 februari 2012)

**Karl Musschoot**, afdelingshoofd van de communicatiedienst bij de Vlaamse overheid. (Interview 21 februari 2012)

**Jeroen Jochems**, coördinator bij Europe Direct Antwerpen. (Interview 29 februari 2012)

**Joke Hofmans**, liaison officer van VLEVA. (Interview 20 maart 2012)

**Lieven Cosijn**, medewerker bij de vertegenwoordiging van de Europese Commissie in België. (Interview 22 maart 2012)

**Sjerp Van der Vaart**, directeur Informatiebureau van het Europees Parlement in Nederland. (Interview 30 maart 2012)

**Karen Salaets**, coördinator bij Europe Direct in de provincie Vlaams-Brabant. (Interview 6 april 2012)

**Dirk Volckaerts**, press officer bij de Europese Commissie. (Interview 24 april 2012)

**Joseph Jamar**, hoofd van de Vertegenwoordiging van de Commissie in België. (Interview 22 mei 2012)

**Inés Verplancke**, coördinator bij Ryckvelde (Interview 13 mei 2012).

**Betty De Wachter**, coördinator bij VVSG Internationaal bij Vereniging van Vlaamse Steden en Gemeenten (VVSG) (Interview 16 mei 2012).

**Sofie Put**, communicatieverantwoordelijke EU in ACW (Interview 23 mei 2012).

**Myriam Colle**, subsidieadviseur stad Mechelen (Interview 23 mei 2012).

**Philippe Masscheleyn**, hoofdredacteur van 'Boer en Tuinder' bij Boerenbond. (Interview 30 mei 2012).

**Peter Bary**, directeur marketing van CultuurNet Vlaanderen. (Interview 6 juni 2012)

## Bijlage 2: Deelnemers expertgroep

**Bruno Koninckx** die vooral gespecialiseerd is in digitale media, digitale steden en gemeenten, eGovernment, mobiele media en online uitgeven. Hij realiseerde in opdracht van het Europees parlement het onderzoeksproject “European Virtual Parliament” (2008-2009). Hij is tevens onze externe eindwerkpromotor.

**Elke Van Soom** werkt als onderzoeker en projectleider en heeft haar specialisatie in de e-government, toeristische marketing en (nieuwe) media. Zij was voor de EU wetenschappelijk medewerker voor het Inttereg-project Smart Cities (2008-2011) en leidt momenteel voor Lessius Mechelen het 2-Seas Project “Villa Crossmedia” (2011-2014).

**Karen Smet** staat in voor kwalitatief onderzoek en is binnen Memori gespecialiseerd in wetenschappelijke dienstverlening omtrent externe communicatie. Daarnaast focust ze zich op imagovorming, communicatie in de zorgsector en ook nieuwe media met specifiekere digitale televisie en e-reading. Enkele jaren geleden was ze betrokken bij het Interreg-project “Citizen First for e-inclusion” (2005-2007).

**Eric Goubin** is de vierde persoon en naast onze eindwerkpromotor ook onderzoekshoofd bij Memori en docent overheidscommunicatie voor hogeschool Lessius Mechelen. Hij was sinds 2001 betrokken bij de realisatie van zes Europese onderzoeksprojecten.