

## *Bijlage 2*

### **Massamediale campagne**

Een massamediale voorlichtingscampagne is een communicatieproject, dat gebruik maakt van massamedia (tv, radio en/of een combinatie van middelen met landelijk bereik), dat (mede) namens de rijksoverheid wordt gevoerd of (gedeeltelijk) wordt gefinancierd door de rijksoverheid. Er is een onderscheid te maken tussen campagnes die gebruik maken van Postbus 51-zendtijd en -middelen en de campagnes die hier géén gebruik van maken.

Vanwege mijn verantwoordelijkheid als zendgemachtigde van de rijksoverheid voor Postbus 51, worden alleen de campagnes die Postbus 51-middelen inzetten aangemeld via deze brief. Campagnes die geen gebruik maken van Postbus 51 dienen door de ministeries rechtstreeks via begrotingsstukken of beleidsnota's aan de Tweede Kamer te worden gemeld.

### **Toetsingsprocedure en selectiecriteria**

De interdepartementale commissie Publiekscommunicatie en Informatie (PCI) heeft de Postbus 51-aanmeldingen voor 2009 getoetst en een advies aan de Voorlichtingsraad/dgRVD opgesteld. Op basis daarvan is een besluit genomen. Bij de toetsing zijn de volgende criteria gehanteerd:

#### *A. Kerncriteria*

- Is het onderwerp van de campagne onderdeel van kabinetsbeleid of regeerakkoord?
- Dient de campagne een algemeen maatschappelijk belang of is er een maatschappelijk risico als de campagne niet wordt gevoerd?
- Gaat de campagne over beleid dat – op het moment dat de campagne start – door het parlement is aanvaard?
- Is het inzetten van Postbus 51-zendtijd (massamediale middelen) voor deze campagne perse noodzakelijk?

Op de volgende vragen moet negatief worden geantwoord:

- Is werving een doel van de campagne?
- Is imagoverbetering van een institutie/organisatie (corporate communicatie) het primaire doel van de campagne? *Als de campagne een maatschappelijk probleem wil oplossen - dus als het gaat om de beeldvorming van het beleidsthema - is imagoverbetering als doel wel toegestaan.*

Voldoet de campagne niet aan alle kerncriteria, dan wordt de aanvraag afgewezen. Als de campagne daar wel aan voldoet, dan vindt hieronder het vervolg van de toets plaats.

#### *B. Passendheid*

Om te kunnen beoordelen of het campagneonderwerp geschikt is voor Postbus 51, moeten de volgende vragen worden beantwoord:

- Is de informatie relevant voor de burger?
- Is het algemeen Nederlands publiek de doelgroep?
- Biedt de campagne een handelingsperspectief?
- Draagt de campagne bij aan de beleidsdoelstellingen?

#### *C. Prioritering*

Indien bij B meer dan 20 campagnes zijn goedgekeurd, vindt prioritering plaats op basis van de volgende criteria:

- Is het campagneonderwerp een prioriteit van het kabinetsbeleid en/of regeerakkoord?
- Is er een evenwichtige 'weergave' van het regeringsbeleid (spreiding campagneonderwerpen)?