

Bijlage 2

Toetsingsprocedure en selectiecriteria

De interdepartementale commissie Publiekscommunicatie en Informatie (PCI) heeft de RTV-aanmeldingen voor 2011 getoetst en een advies aan de Voorlichtingsraad opgesteld. De Ministerraad heeft het voorstel van de Voorlichtingsraad overgenomen. 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)?

Geen Postbus 51, wel inzet van landelijke televisiezenders

Campagnes die niet onder Postbus 51 passen, maar wel gebruik willen maken van landelijke televisie moeten aan dezelfde criteria voldoen. Uitzondering is het criterium 'is het algemeen Nederlands publiek de doelgroep'?

Daarnaast dienen die campagnes aan ten minste één van onderstaande criteria te voldoen.

- 1) Wanneer aantoonbaar is dat de te bereiken doelgroep slecht via Postbus 51-zendtijd te bereiken valt en niet behoort tot 'het algemeen Nederlands publiek', maar een specifiek deel daarvan:
 - De efficiënte inzet van radio en televisie buiten Postbus 51 heeft een aantoonbaar hoger bereik, omdat roulementen binnen Postbus 51 hiervoor niet toereikend zijn.
 - De RTV-campagne buiten Postbus 51 kenmerkt zich door bijvoorbeeld afwijkende uitzendmomenten, specifieke programma's en/of zenders ten opzichte van de reguliere roulementen binnen Postbus 51.

- 2) Bij een RTV-campagne die gevoerd wordt in een samenwerkingsverband, waarbij aan de volgende punten moet worden voldaan:
 - Het gaat om partners buiten de rijksoverheid met een eigenstandige verantwoordelijkheid, die specifiek niet onder de vlag van de rijksoverheid campagne willen voeren.
 - Het gaat om gelijkwaardig en duurzaam partnerschap.
 - De partners(s) vervullen een actieve rol (bijvoorbeeld door inzet van eigen middelen en/of netwerk), waardoor een substantiële bijdrage geleverd wordt aan het bereiken van de doelgroep.