

Jaarverslag 2023



2024: op kruissnelheid maar met aandacht voor het budget

Na de impact van de corona-epidemie was 2024 een jaar waarin Kortom opnieuw op kruissnelheid kon werken.

Er werd opnieuw een succesvol voorjaarscongres 'Helden van Kortom' georganiseerd. Ook de Dag van de Digitale Communicatie kon rekenen op een erg grote respons. In het voorbije jaar werd 107 vormingsactiviteiten georganiseerd voor 3.227 deelnemers.

De belangrijkste wijzigingen gebeurden op bestuurlijk vlak. In maart keurde de algemene vergadering nieuwe statuten goed, aansluitend op de vernieuwde vzw-wetgeving. Kortom wordt nu bestuurd door een Algemene Vergadering en Raad Bestuur met vaste leden. Sandy Deseure werd verkozen tot voorzitter in opvolging van Paul De Ligne.

In 2024 werd ook de meerwaarde van de vernieuwde website duidelijk. De kennisdatabank met documenten werd omgebouwd tot een Kortompedia met 225 kant-en-klare artikels over verschillende communicatiethema's. Ook de lancering van het boek 'Kom binnen: maak een magazine dat je lezer raakt' was in 2023 een belangrijke mijlpaal.

Inschrijven voor een vormingsactiviteit is via de nieuwe website eenvoudiger en gemakkelijker. De geautomatiseerde inschrijvingsflow zorgt voor minder administratief werk voor de Kortom-medewerkers.

Het ledenaantal steeg in 2023 licht met netto 48 nieuwe leden naar 1.390. Ondanks het groeiende aantal leden en vormingsactiviteiten voelden we in 2023 sterk de financiële impact van de inflatie en de stijgende loonkosten: we sloten 2023 af met een negatieve financiële balans. Het is een belangrijke uitdaging om in de volgende jaren opnieuw een financieel break-even te bereiken.

In de volgende jaren wil Kortom blijven inzetten op meer en betere communicatie in Vlaanderen, zowel bij overheden als socialprofitorganisaties. Het nieuwe beleidsplan 2024-2027 is onze leidraad voor de verdere groei van Kortom, in de breedte en in de diepte. In dit jaarverslag nemen we de structuur van het vorige beleidsplan 2020-2023 over.

Sandy Deseure
voorzitter Kortom

Kortom vzw, vereniging voor overheids- en socialprofitcommunicatie

Start

Kortom vzw werd op 29 november 2000 opgericht door een 20-tal Nederlandstalige communicatieambtenaren van verschillende bestuursniveaus.

Kortom besliste in 2016 om de doelgroep uit te breiden naar alle socialprofitorganisaties. Kortom wil evolueren van een vereniging voor overheidscommunicatie naar een communicatievereniging tout court.

In 2018 startte een intensief denk- en werkproces met de medewerkers en bestuurders dat resulteerde in een vernieuwde missie, visie en waarden én een nieuw beleidsplan 2020-2023. In dit jaarverslag worden de doelstellingen en acties uit dit beleidsplan voor 2023 geëvalueerd.

In 2023 telde de vereniging 1.390 professionals die werken in de sector van de overheids- en socialprofitcommunicatie.

Missie, visie en waarden

Kortom definieerde bij de oprichting 5 hoofddoelen. Deze doelstellingen worden in het beleidsplan opnieuw geformuleerd in een vernieuwde missie, visie en waarden van de vereniging. Dit is de basis voor de 4 strategische doelstellingen in dit beleidsplan.

Missie (waar staan we voor?)

Kortom, de onafhankelijke vereniging voor overheids- en socialprofitcommunicatie,

- ondersteunt het recht op toegankelijke informatie.
- verbetert de kwaliteit van de communicatie.
- verhoogt de expertise van iedereen met een communicatie-opdracht en verbindt hen.

Visie (waar gaan we voor?)

- Kortom ijvert voor een *open communicatiecultuur* en wil organisaties als geheel communicatief sterker maken.
- Informatie is correct en zo beschikbaar en begrijpelijk mogelijk, op maat van het publiek. Kortom verdedigt daarom een *professionele aanpak* van overheids- en socialprofitcommunicatie.
- *Communicatie is een vak* en doe je niet zomaar. Het vraagt om kennis, deskundigheid en permanente vernieuwing. Kortom professionaliseert en innoveert het vak, doet onderzoek, volgt nieuwe evoluties kritisch op, ontwikkelt standaarden, ondersteunt en leidt communicatiemedewerkers op.

Waarden (wat drijft ons handelen?)

Vier waarden lopen als een rode draad door de werking van Kortom. We maken deze waarden zichtbaar in het gedrag van bestuurders en medewerkers, in de keuzes die we maken en in de communicatie over de vereniging.

Kortom wil een warme organisatie zijn die, gedreven door de vragen van haar leden, op een onafhankelijke manier deskundige antwoorden formuleert.

1. Deskundig

- Wat we doen, doen we goed.
- We willen dat onze leden op elk Kortom-moment iets leren.

2. Gedreven

- We zijn niet tevreden met wat er is, we willen permanent verbeteren op alle domeinen.
- We zoeken nieuwe mogelijkheden, trends en opportuniteiten. We willen onszelf altijd heruitvinden.

- We zijn wendbaar en spelen flexibel in op de vragen van onze leden. We zijn een speedboot, geen tanker.

3. *Verbindend*

- We werken aan een sterk groepsgevoel, we zijn een warme organisatie.
- Er is wederzijdse betrokkenheid met en vertrouwen in onze leden. Leden krijgen erkenning en waardering voor hun expertise.
- We staan dicht bij onze doelgroep, haar behoeften staan centraal in onze werking.
- We zijn een open netwerk, ook niet-leden zijn welkom.
- We gaan op een informele manier om met elkaar. We nemen ons vak serieus, niet onszelf.

4. *Onafhankelijk*

- We zijn financieel onafhankelijk.
- We nemen eerlijke en duidelijke standpunten in.
- We zijn integer en betrouwbaar. Wat we zeggen en doen, is gebaseerd op feiten, niet op belangen.

SD 1. COMMUNICATIEMEDEWERKERS BESCHIKKEN OVER DE DESKUNDIGHEID OM KWALITEITSVOL EN INNOVATIEF TE COMMUNICEREN

Kortom organiseert jaarlijks een vormingsaanbod over communicatie voor overheids- en socialprofitorganisaties. We streven niet enkel naar een ruim maar ook een kwaliteitsvol en gericht vormingsaanbod voor communicatiemedewerkers.

Algemeen

- In totaal werden er **107 vormingsactiviteiten** georganiseerd voor **3.227 deelnemers**. Het aantal vormingsactiviteiten bleef stabiel, het aantal deelnemers nam licht af. Er werden in 2023 vooral meer thematische collegagroepen georganiseerd. (zie bijlages SD 1)
- In het voorbije jaar nam het **online vormingsaanbod** af. Webinars vervangen geen fysieke opleidingen meer – zoals tijdens corona en januari en februari 2022 - maar vullen het vormingsaanbod aan. We focussen op webinars van 2 uur over een concreet en relevant communicatiethema. Met korte online sessies kunnen we ook snel inspelen op de actualiteit of nieuwe ontwikkelingen.
- Het **fysieke aanbod** bleef stabiel. Er werden opnieuw 5 studiedagen georganiseerd. Het voorjaarscongres en de Dag van de Digitale Communicatie konden op een grote belangstelling rekenen. Er werden twee najaarscongressen georganiseerd - in Gent en Leuven - naar aanleiding van het boek over magazines.

Kortom organiseerde een derde editie van **Binnenkoppers**, een inspiratiedag voor socialprofitorganisaties, in samenwerking met I Like Media, Strategies & Leaders en Digiraf. Er werd ook een nieuwe Heerlijk Helderdag georganiseerd in samenwerking met de Nederlandse Taalunie en het Team Taaladvies van de Vlaamse overheid.

Opleidingen

De aanpak van de **basisvormingscursus** bleef behouden: deelnemers volgen 3 verplichte opleidingsdagen en kunnen nadien kiezen uit het aantal facultatieve basisopleidingen. Er waren opnieuw 2 basisopleidingen voor overheidsorganisaties en één op maat van socialprofitorganisaties. Voor de tweede maal werd een tweedaagse basisopleiding 'Communicatie in ziekenhuizen' georganiseerd.

De **thematische opleidingen** bleven op hetzelfde niveau. In totaal werden 45 thematische opleidingen georganiseerd.

Collegagroepen

In 2023 organiseerden we **8 provinciale collegagroepen**. In het najaar lag de nadruk op toegankelijke en inclusieve communicatie, in samenwerking met het Agentschap Integratie en Inburgering. Daarnaast werden er 15 thematische collegagroepen aangeboden, dat is opvallend meer dan in de voorbije jaren. Er waren extra collegagroepen voor **politiezones** en grafici.

Varia

De activiteitenkalender wordt gepromoot via de website, nieuwsbrief en sociale media. In januari werd **Kompas** opgestuurd naar alle leden. Kompas is een leesvriendelijke krant met een overzicht van de geplande vormingsactiviteiten, vormingstips, linken naar boeken en kennisartikels. De januari-editie van Kompas wordt ook opgestuurd naar potentiële leden. In september werd het vormingsaanbod enkel via de nieuwsbrief en betaalde ads gepromoot.

We gaan in op vragen van leden naar **inhouse opleidingen** en coaching op maat in verschillende vormen: begeleiding ter plaatse of online, nadruk op coaching of op vorming.

Hoe organiseren bedrijven, overheden en socialprofit organisaties hun interne communicatie? Kortom zette mee de schouders onder de 1^e editie van de **Interne Communicatie-monitor**. De Interne Communicatiemonitor brengt dit voor het eerst overzichtelijk in kaart, op basis van meer dan 400 respondenten. De resultaten van dit onderzoek werden voorgesteld tijdens een inspiratievoormiddag i.s.m Vonk-netwerk en een webinar.

SD 2. COMMUNICATIEMEDEWERKERS KRIJGEN ANTWOORDEN OP HUN VRAGEN EN INFORMATIE OM HET VAK TE VOLGEN

Kortom wil zich verder ontwikkelen als kenniscentrum van overheids- en socialprofitcommunicatie. We willen de leden zo goed mogelijk informeren en hen inzichten geven om de ontwikkelingen in het communicatievak op te volgen. Daarnaast willen we een kwalitatief en relevant antwoord geven op hun vragen.

Algemeen

In de voorbije jaren werd deze opdracht structureel belangrijker gemaakt door meer overleg, betere opvolging, meer hapklare kennis en meer inzet van **personeel**. De aanwerving van een extra collega in september 2021 en de aangepaste taakverdeling, met een sterke nadruk op kennis, was essentieel om deze doelstelling beter aan te pakken (zie ook bijlages SD 2).

Website

- Na 2 jaar intensieve voorbereiding lanceerde Kortom in juni 2022 een nieuwe website. Na de uitbreiding van het aantal medewerkers in 2021 betekende de nieuwe website een mijlpaal in de rol van Kortom als kenniscentrum. De kennisdatabank met documenten werd uitgebouwd tot een **Kortompedia met kant-en-klare en inspirerende artikels** over verschillende communicatiethema's. De website is het visitekaartje van Kortom als kenniscentrum.
- De nieuwe **CRM** betekent ook een flinke stap vooruit in het gebruiksgemak bij inschrijving aan opleidingen. De CRM zorgt ook voor vlotte en eenvoudiger werkprocessen voor de Kortom-medewerkers en een betere communicatieflow. De nieuwe website vraagt om permanente opvolging en verbetering in de volgende jaren.
- De website blijft een belangrijk **uithangbord** voor Kortom: het is meer dan ooit het centrale informatiepunt voor communicatiemedewerkers met onder meer kennisartikels, de opleidingskalender en vacatures. De Kortomcommunity is een belangrijk instrument voor ervaringsuitwisseling en kennisdeling. De vacature- en activiteitenpagina zijn de meest bezochte pagina's op de website.
- Er is geregeld overleg met de CRM-leverancier om de mogelijkheden en toepassingen van de website te verbeteren waar mogelijk. In 2023 werd onder meer de vormingsattesten en de tevredenheidsenquêtes na een opleiding **geautomatiseerd** en gekoppeld aan de Kortom-accounts.

Sociale media

- We maken intensief gebruik van sociale media (vooral Facebook, LinkedIn en Instagram) om ons netwerk te informeren en te versterken. Deze sociale media zijn een belangrijke **toeleider naar de website**, ze zorgen voor interactie en bieden inspiratie aan de leden.
- **Sociale media** nemen een belangrijke plaats in als (inter)actief communicatiekanaal. Eind 2023 waren er 5.0250 Twitter/X-volgers. Het aantal Facebook-volgers klokte af op 2.611. Er waren in totaal 3.096 volgers via LinkedIn en 1.722 via Instagram. LinkedIn en Instagram nemen belangrijker plaats in de communicatiemix, ook Facebook blijft nog een belangrijk kanaal. De Twitter/X-account is uitdovend, er worden enkel nog berichten het retweet. Threads wordt als kanaal verkend en telt momenteel 140 volgers.
- Een **contentplan** stuurt de communicatie via sociale media. Er is meer aandacht voor creatieve posts die aansluiten bij de eigenschappen van het medium. Daarbij houden we rekening met de vier communicatiedoelstellingen van Kortom: inspireren, (h)erkenning creëren, verbinden en leden werven.
- **Goede praktijken** van communicatiecollega's en **tips uit opleidingen** verwerken we regelmatig in sociale media posts. Op LinkedIn maken we onder meer gebruik van slideshows om tips rond een communicatiethema te delen. De kennisartikels en blogberichten maken we altijd breed bekend, vooral via LinkedIn en Facebook. Tweemaal per week wordt een bericht gepost op LinkedIn. Op Facebook en Instagram zijn er wekelijks 1 à 2 posts.
- We merken dat url's (zoals kennis- en blogartikels) een minder goed bereik hebben op Facebook. Op LinkedIn is dit probleem minder groot. Voldoende afwisseling tussen **soorten content** is op beide kanalen belangrijk.

- Een **sterke visual** is een belangrijk voorwaarde voor een goede post op Instagram, dit is niet altijd eenvoudig. In 2023 streefden we naar minstens één foto per week op Instagram. Dit willen we blijven aanhouden en foto's afwisselen met tekst/quotes.
- Er is een **stijging** in het aantal volgers op LinkedIn (+710 of 29%) en Instagram (+188 of 12%). De interactie op LinkedIn is groot en het is gemakkelijker om een evenwicht te vinden tussen posts gericht op inspiratie en kennisdeling (bv. blogbericht of tips in een slideshow) en posts die het community-gevoel willen versterken (bv. groepsfoto na event). Organisaties en personen taggen helpen ook om het bereik te vergroten. Het aantal volgers op Facebook en Twitter/X daalde licht. Voor Kortom is X een uitdagend kanaal.
- In 2024 werd geëxperimenteerd met **WhatsApp** als tijdelijk kanaal voor updates rond bv. Al of tijdens het voorjaarscongres. De berichtjes tijdens een studiedag worden een mix tussen praktische zaken (bv. vergeet je badge niet terug te leggen) en ludieke posts (bv. foto's en video's, wedstrijd).
- Om de voorjaarsopleidingen bekend te maken adverteerden we in januari via **Facebook**. We publiceerden 3 parallele posts waarvan 1 versie uiteindelijk een volledige week liep. In totaal werd er 812 keer op een Facebook-advertentie geklikt die doorverwees naar de activiteitenkalender van Kortom. Er waren 22 623 weergaven, de kostprijs per klik was 0,06 euro.

In september 2023 werden opnieuw Facebook-advertenties ingezet om de najaarsopleidingen te promoten. Het aantal kliks lag lager. Er werd 445 keer op een Facebook-advertentie geklikt. Er waren 23 476 weergaven en de kostprijs per klik was 0,11 euro. Ondanks het lagere bereik blijft het relevant om te blijven adverteren op Facebook, maar we bekijken of we ook via LinkedIn kunnen adverteren en of dit de Facebook-ads op termijn kan vervangen.

Nieuwsbrief

- De **tweewekelijkse nieuwsbrief** informeert over het vormingsaanbod en biedt kennis en nieuws over communicatie-items voor alle leden en nieuwsbrief-abonnees. Sinds de lancering van de nieuwe website in juni 2023 versturen we twee nieuwsbrieven: één voor leden en één voor nieuwsbrief-abonnees (niet-leden). Linken naar kennisartikels uit Kortomedia worden niet opgenomen in de nieuwsbrief voor niet-leden omdat zij hier geen toegang tot hebben.
- Wie zich inschreef op de nieuwsbrief vóór 2017 werd in 2020 uitgenodigd om zich opnieuw aan te melden, zo kreeg het abonnee-bestand een update. Het aantal **abonnees** zit opnieuw in stijgende lijn: in 2023 ontvingen 1.438 leden en 20.13 niet-leden onze nieuwsbrief. Dit is een stijging van 16%. In 2023 werden er 27 nieuwsbrieven verstuurd, met een versie voor leden en een versie voor niet-leden.
- Gemiddeld klikt 38% van de respondenten de nieuwsbrief open. Deze **open rate** is stabiel. Vooral kennisartikels en blog met focus op kennis worden het meest aangeklikt.

Blogs

Blogs zijn een apart onderdeel op de website. Deze artikels kan iedereen lezen, het is dus ook een kanaal om niet-leden te bereiken met herkenbare verhalen. Via blogberichten verwijzen we lezers vaak door naar Kortomedia. In blogs:

- Geven we tips en verwijzen naar Kortomedia (kennis)
- Laten we leden aan het woord over hun job (herkenbaarheid)
- Laten we experts aan het woord en verwijzen eventueel door naar Kortomedia (kennis)
- Delen we praktijkvoorbeelden (kennis/community)

In 2023 werden er 20 blogberichten gepost.

Antwoorden

- Jaarlijks stellen leden enkele honderden **communicatievragen** aan het Kortom-secretariaat: via mail, sociale media, aan de telefoon of tijdens vormingsactiviteiten. Via de 'Stel je vraag-knop' op kortom.be stellen leden vragen aan elkaar. In 2023 werden in totaal 248 vragen gesteld, waarvan ruim 2/3 via de Kortomcommunity (de online community) en 1/3 via mail en (in een beperktere mate) via het online invulformulier.
- Het Kortom-secretariaat vervult een actieve rol bij het beantwoorden van vragen via de **Kortomcommunity** en streeft ernaar om elke vraag van minstens één antwoord te voorzien.

- 85% van het totaal aantal vragen werd gesteld door collega's uit de **overheidssector**, het grootste aandeel van deze vragen komt van lokale besturen. De populairste onderwerpen waarover een vraag werd gesteld zijn digitale communicatie (sociale media, website en beeldmateriaal) en communicatiebeleid. Sinds het najaar 2023 is er een toenemend aantal vragen over de verkiezingen nl. regels rond de sperperiode en het wegvallen van de opkomstplicht.

Kennisdeling

- Kortom deelt en verzamelt kennis online via 'Kortompedia'. In dit **online kenniscentrum** kunnen leden een antwoord vinden op veelgestelde kennisvragen, verzamelt Kortom praktijkvoorbeelden en relevante onderzoeken.
- In de nieuwe website kreeg kennis - via de Kortompedia - een prominente plek. Er worden geen kennisdocumenten meer gebundeld maar we verwerken kennis tot bruikbare artikels waar leden zelf mee aan de slag kunnen. Eind 2023 waren er **225 kennisartikels** in Kortompedia verzameld. In het voorbije jaar kregen 84 artikels een update, werden er 65 nieuwe artikels toegevoegd en 5 helemaal herschreven. Het is de intentie om het kenniscentrum verder uit te breiden en up to date te houden. Artikels over digitale communicatie en communicatiebeleid worden het meest geraadpleegd.
- De aandacht voor kennisartikels in onze communicatiekanalen zorgt voor meer trafiek. We blijven daarom Kortompedia **verder promoten** bij onze leden. De driemaandelijks opvolging van de data over de respons in de Kortompedia is daarbij een leidraad.
- We stimuleren leden om zelf informatie en expertise te delen. Spontane **kennisdeling** door leden blijft beperkt maar we merken dat leden met plezier kennis delen als we daar om vragen.
- Kortom wil kennisproducten ontwikkelen. In februari 2023 werd een nieuwe editie van het **magazine** 'Kortom Revue' verspreid naar alle leden. Kortom Revue is een magazine met prikkelende verhalen, diepgravende interviews en inspirerende cases rond overheids- en socialprofitcommunicatie. De artikels uit dit magazine worden hergebruikt in de communicatie naar leden en de Kortompedia.

Onderzoek

- Kortom engageert Eric Goubin om praktijkgericht onderzoek over communicatiethema's te verrichten. Zijn onderzoeksopdrachten leiden tot publicaties en lezingen, voor Kortom en externe organisaties. Meer geïndividualiseerde begeleiding en coaching is momenteel beperkt haalbaar.
- In 2015 werden de belangrijkste trends in communicatie gebundeld in het boek 'Het Nieuwe Communicatieklimaat'. Na de voorbereiding van een nieuw trendonderzoek werd in maart 2023 het nieuwe boek '**Communicatie als bindkracht**' met 10 communicatie-uitdagingen voor een warme samenleving. Het boek werd gelanceerd tijdens een studiedag op 27 maart.
- Hoe organiseren bedrijven, overheden en socialprofit organisaties hun interne communicatie? Kortom zette mee de schouders onder de 1^e editie van de **Interne Communicatiemonitor**. De Interne Communicatiemonitor bracht voor het eerst overzichtelijk in kaart, op basis van meer dan 400 respondenten. De resultaten van dit onderzoek werden voorgesteld tijdens een inspiratievoormiddag i.s.m. Vonk-netwerk en een webinar.

Publicaties

Samen met uitgeverij Politeia wordt een reeks publicaties uitgegeven over communicatie. Af en toe worden er ook boeken gepubliceerd buiten de Politeia-reeks. Zo werd in september 2017 het boek 'Tante Mariette en haar fiets' opnieuw gepubliceerd bij Uitgeverij Vanden Broele.

In 2023 werden 3 boeken gepubliceerd:

- In maart 2023 het nieuwe boek '**Communicatie als bindkracht**' met 10 communicatie-uitdagingen voor een warme samenleving' gepubliceerd. Het boek werd geschreven door collega Eric Goubin en gelanceerd tijdens een studiedag op 27 maart in Brussel.
- In september 2023 werd het boek **Online video: tips, tricks en trends** van Jade Yorks en Lobke Gielens gepubliceerd. Het boek bevat waardevolle inzichten en praktische tips om online videoskills naar een hoger niveau te tillen en om als organisatie echt impact te hebben met video.
- In november 2023 werd het boek '**Kom binnen. Maak een magazine dat je lezer raakt**' gepubliceerd. Het boek werd geschreven door collega Marthe in samenwerking met Luc Van

Loon. Ze overlopen de basisingrediënten voor een succesvol magazine, van context en concept over creatie en evaluatie. Het boek werd gelanceerd tijdens een studiedag in Gent én Leuven.

SD 3. IEDEREEN DIE ACTIEF IS IN OVERHEIDS- EN SOCIALPROFITCOMMUNICATIE BESCHIKT OVER EEN NETWERK EN PLATFORM VOOR ONTMOETING, KENNISDELING EN SAMENWERKING.

Kortom is een netwerk en platform voor zijn leden maar profileert zich ook als een partner naar onderwijsinstellingen, bedrijven én organisaties die actief zijn in overheids- en socialprofitcommunicatie.

Netwerk

- De **vormingsactiviteiten** zijn belangrijke momenten voor contact en uitwisseling tussen leden. Ervaringsuitwisseling en netwerkvorming gebeuren ook via de **Kortomcommunity**. Leden beantwoorden de vragen van collega's en inspireren elkaar.
- Tijdens de vormingsactiviteiten wordt **netwerkvorming** tussen de deelnemers gestimuleerd, zowel tijdens opleidingen als congressen. Collegagroepen zijn de meest geschikte momenten om collega's beter te leren kennen. De Kortom-medewerkers hebben hierin een belangrijke rol. Dit is ook een aandachtspunt tijdens online sessies. Tijdens het voorjaarscongres werd voor het eerst Conversation Starters gelanceerd: een manier om gestructureerd maar ook informeel contact te leggen met andere deelnemers.
- Kortom investeert in **warme contacten** met leden. Nieuwe leden ontvangen een welkomstpakket en krijgen een korting van 55 euro voor een opleiding. We sturen een kaartje bij pensionering of als bedanking. Jonge ouders ontvangen een Kortom-slabbetje. Ook online worden geregeld acties en wedstrijden georganiseerd voor onze volgers.
- Kortom wil deze netwerkfunctie op gerichte momenten versterken. Tweejaarlijks organiseert Kortom een nieuwe **Kortom Awards** avond. Deze award belonen communicatie-acties en tonen de meerwaarde van overheids- en socialprofitcommunicatie. In najaar 2023 lanceerden we een nieuwe oproep. We ontvingen 59 inzendingen voor de Kortom Awards waarvan 18 social profit en 41 overheid. Daarnaast waren er ook 5 inzendingen voor de Scriptieprijs. De awards worden uitgereikt op woensdag 21 februari in Brussel.
- Verschillende hogescholen en universiteiten in Vlaanderen en Brussel bieden communicatieopleidingen aan. Studenten kunnen sinds 2019 gratis aansluiten als lid van Kortom. In september lanceert Kortom jaarlijks een nieuwe oproep naar studenten om zich aan te sluiten als gratis lid van Kortom. In het academiejaar 2023-2024 sloten er **88 studenten** aan als gratis lid.
- Studenten blijven een belangrijke doelgroep voor Kortom. Naast gratis lidmaatschap werd in 2023 ook een gratis webinar georganiseerd over hun beroepskeuze en sollicitatie. De uitreiking van een scriptieprijs tijdens de Kortom Award avond wil de link met studenten ook versterken.
- Kortom probeert zo goed mogelijk op de hoogte te blijven van **communicatie-onderzoek** van hogescholen en universiteiten. Relevante onderzoeken en publicaties, ook van studenten, worden verzameld en verder verspreid. Het geplande gestructureerd overleg met onderwijsinstellingen werd omwille van de coronacrisis uitgesteld.
- Jaarlijks is er overleg met opleidingscoördinatoren en lectoren van de verschillende hogescholen en universiteiten met een communicatie-opleidingen. Dit **overleg** is belangrijk in functie van een goede afstemming tussen studenten, hogescholen en onze doelgroep.

Organisaties

Kortom investeert in goede contacten en afspraken met relevante **collega-organisaties**. Er is regelmatig contact, informatie-uitwisseling, (ruil)lidmaatschap en samenwerking in functie van het vormingsaanbod met collega-organisaties.

- Aansluitend op het onderzoek 'Communicatiemapping in social profit' werd een actieplan uitgewerkt voor meer en beter contact met **socialprofitorganisaties** uit verschillende sectoren. Er is ook meer aandacht voor de socialprofitsector in het vormingsaanbod. De organisatie van de inspiratiedag **Binnenkoppers**, in samenwerking met I Like Media, Strategies & Leaders en Digiraf, maakt ook deel uit van deze strategie.
- Kortom streeft naar afstemming en samenwerking met partnerorganisaties, onder meer via ruillidmaatschap. Er was overleg met **VIGC** en afstemming met **Vonk-netwerk** over de organisatie van vormingsinitiatieven rond interne communicatie. Kortom werkte ook mee aan Expeditie K, een alternatief VVSG-congres in Kortrijk.

Internationaal

- In de voorbije jaren werd werk gemaakt van meer internationale samenwerking. Samen met de Nederlandse zusterorganisatie **Logeion** werden succesvolle online sessies georganiseerd.
- In 2023 organiseerde Kortom geen **internationale online sessie**. In 2024 wordt dit hernomen.

Bedrijven

- Kortom houdt contact met bedrijven in functie van mogelijke partnerschap. Bedrijven kunnen aansluiten als **bedrijfslid** of zich engageren als sponsor. Bedrijven kunnen een beursstand innemen tijdens evenementen.
- Na de coronacrisis konden bedrijven opnieuw aanwezig zijn op congressen en studiedagen met een **beursstand**. LCP, 2Imagine en Vlaamse Post zijn momenteel sponsor van Kortom.

SD 4. KORTOM ZET DE NODIGE MIDDELEN IN OM ZOVEEL MOGELIJK COMMUNICATIEMEDEWERKERS TE ONDERSTEUNEN

Kortom wil als organisatie niet enkel zoveel mogelijk communicatiemedewerkers bereiken maar wil ook een duurzame, innovatieve en onafhankelijke organisatie zijn met een blik over de grenzen. Het is belangrijk om financieel onafhankelijk te zijn en te kunnen beschikken over voldoende middelen en personeel.

Ledenvereniging

- Kortom is een **ledenvereniging** voor communicatieprofessionals die werken in de sector van de overheids- en socialprofitcommunicatie. We maken een onderscheid tussen individuele leden en bedrijfsleden. Leidinggevenden en politieke mandatarissen zijn ook een belangrijke onrechtstreekse doelgroep voor Kortom.
- In 2023 telde Kortom **1.438 betalende leden**, dat is een beperkte stijging van 48 (3,4%) nieuwe leden. Na de uitzonderlijke hoge stijging van het aantal leden in 2022 – het gevolg van de lancering van de nieuwe website – ligt deze beperkte stijging in de lijn van de voorbije jaren. Kortom wil het lidmaatschap een grotere waarde geven en verspreidde daarom in 2023 het magazine Kortom Revue. Ook de investeringen in de nieuwe website en de Kortompedia zorgen voor een zichtbare en grotere lidmaatschapswaarde.
- De Kortom Communicatie Awards geven **waardering** aan communicatiemedewerkers en tonen het brede publiek het belang en aanpak van communicatie door overheden en social profit. In februari 2024 wordt een nieuwe Kortom Awards Show georganiseerd.
- De resultaten van de tevredenheidsenquête uit 2021 inspireren Kortom om de werking te verbeteren en nog beter in te spelen op de vragen van leden. De tevredenheidsenquête wordt in het voorjaar 2024 hernomen. Zo kunnen ook tendensen in beeld worden gebracht.

Bestuur

Aansluitend op de nieuwe vzw-wetgeving werden de statuten in 2023 grondig vernieuwd. Naast een Raad van Bestuur van 15 leden is er nu ook een vaste Algemene Vergadering van maximum 10 leden en de mogelijkheid om leden bijkomend te coöpteren. De Raad van Bestuur vergadert zo'n 10 maal per jaar. De leden van de RVB en de AV worden uitgenodigd op een jaarlijkse Denkdag eind augustus.

Externe communicatie

- Naar aanleiding van een maatschappelijk debat, eigen vormingsactiviteiten, publicaties, onderzoek of andere inhoudelijke initiatieven voert Kortom een **actieve communicatie** om zich als organisatie extern te positioneren.
- Naar aanleiding van de gemeente- en provincieraadsverkiezingen op 13 oktober publiceerde Kortom een **memorandum** met 5 adviezen. Dit memorandum wil lokale overheden stimuleren in de professionalisering van communicatie en geeft tips onder meer over het belang van een communicatiekompas, inclusieve en klimaatparende communicatie en werkbaar werk in het communicatieteam.
- Naar aanleiding van de verkiezingen in 2024 was er overleg met Agentschap Binnenlands Bestuur en VVSG over het wegvallen van de **opkomstplicht** bij de lokale verkiezingen en de interpretatie van de regels rond de sperperiode. Er werd een webinar georganiseerd en er wordt een communicatiecampagne gepland. Er is ook contact met VVSG over andere items (

Duurzaam en innovatief

- Kortom wil een duurzame en innovatieve organisatie zijn met een blik over de grenzen. Zo geeft Kortom de voorkeur aan vormingslocaties die vlot bereikbaar zijn met het openbaar vervoer en wordt het aanbod aan vegetarische broodjes uitgebreid. Daarnaast wil Kortom als organisatie duurzaam en geleidelijk groeien, met het oog op de lange termijn en zonder risicovolle investeringen.
- De ambitie om te experimenteren en te groeien op vlak van **online vorming** kwam in de voorbije jaren op kruissnelheid. Ook na de coronapandemie blijven online sessies onderdeel van het

vormingsprogramma. Tijdens deze webinars komen concrete en afgelijnde communicatie-items aan bod. Online sessies bieden ook mogelijkheden om snel in te spelen op de actualiteit.

- Kortom werkt als een **onafhankelijke organisatie**, los van dwingende financiële belangen of politieke invloeden. Samenwerking met partners betekent niet automatisch dat er inhoudelijke standpunten worden gedeeld.

Financieel en personeel

- Kortom werkt **financieel zelfstandig** en beschikt over de nodige middelen om zoveel mogelijk communicatiemedewerkers te ondersteunen
- Kortom wil als onafhankelijke organisatie werken, zowel als kenniscentrum, bij standpuntbepaling als in zijn financieel beleid. In de voorbije jaren steeg het aantal personeelsleden van 3,6 FTE naar 5,4 FTE. In 2022 werd de index 5 x overschreden en stegen de personeelskosten spectaculair. Eind 2023 werd duidelijk dat deze stijgende personeelskosten niet worden gecompenseerd door het stijgend aantal leden en de toename van het vormingsaanbod. We sloten 2023 daarom af met een **negatief financieel resultaat**. Er wordt een nieuw financieel meerjarenplan opgemaakt om het verlies in de volgende jaren te beperken en zo snel mogelijk opnieuw break-even te worden.

SD 1 – Vormingsaanbod: overzicht

	2021		2022		2023	
	Aantal opleidingsdagen	Aantal deelnemers	Aantal opleidingsdagen	Aantal deelnemers	Aantal opleidingsdagen	Aantal deelnemers
Prov. collegagroepen	10	249	9	211	8	223
Andere collegagroepen	6	90	9	217	15	266
Studiedagen	2	483	5	770	5	868
Opleidingsdagen basis	23	379	20	310	19	285
Opleidingsdagen thema	41	506	44	608	45	624
Online sessies (2u)	24	1.063	19	1.084	12	474
Congressen	1	197	2	478	3	487
	107	2.967	110	3.678	107	3.227

SD 1 - Vormingsaanbod – detail

		Datum	Plaats	Dlns
	Provinciale collegagroepen			
1	Vlaams-Brabant - Lokaal communicatiebeleid	14/03/2023	Leuven	34
2	Oost-Vlaanderen – Communicatie-afspraken	30/03/2023	Wetteren	29
3	West-Vlaanderen - Communicatie is 'r voor jou	30/03/2023	Roeselare	44
4	Antwerpen - Lokaal communicatiebeleid: verhalen uit de praktijk	20/04/2023	Lint	16
5	Vlaams-Brabant - Verbreed jouw communicatie	12/10/2023	Leuven	20
6	West-Vlaanderen - Verbreed jouw communicatie	16/10/2023	Brugge	32
7	Antwerpen - Vrijtijdscommunicatie	24/10/2023	Westerlo	24
8	Oost-Vlaanderen: Verbreed jouw communicatie	26/10/2023	Sint-Niklaas	24
				223
	Thematische collegagroepen			
1	Politiezones provincie Antwerpen	7/02/2023	Brasschaat	18
2	Politiezones Vlaams-Brabant	17/02/2023	Leuven	25
3	Politiezones Limburg	2/03/2023	Hasselt	17
4	Politiezones Oost-Vlaanderen	10/03/2023	Deinze	15
5	Ziekenhuizen	24/04/2023	Brussel	10
6	Grafici	23/05/2023	Brussel	25
7	Centrumsteden	15/06/2023	Leuven	13
8	Streekintercommunales	11/09/2023	Brussel	11
9	Politiezones Vlaams-Brabant	3/10/2023	Leuven	13
10	Communicatie bij fusietrajecten	5/10/2023	Brussel	21

11	Politiezones Limburg	19/10/2023	Hasselt	19
12	Politiezones Oost-Vlaanderen	20/10/2023	Geraardsbergen	19
13	Grafici	20/11/2023	Brussel	28
14	Politiezones provincie Antwerpen	27/11/2023	Turnhout	20
15	Centrumsteden	8/12/2023	online	12
				266
	Studiedagen			
1	Binnenkoppers	16/03/2023	Gent	280
2	Communicatie als bindkracht - trendboek communicatie	27/03/2023	Brussel	70
3	Dag van de Digitale Communicatie	21/09/2023	Brussel	249
4	Heerlijk Helderdag	9/10/2023	Brussel	224
5	Inspiratievoormiddag De interne communicatiemonitor	10/11/2023	Brussel	45
				868
	Basisvormingscursus			
1	De interne communicatie van je organisatie verbeteren	2/02/2023	Berchem	15
2	Communicatiebeleid	27/02/2023	Gent	18
3	Communicatieplanning	6/03/2023	Gent	18
4	Online communicatie	20/03/2023	Gent	18
5	Woordvoerderschap en mediarelaties	30/03/2023	Berchem	15
6	Campagnes voeren en gedragsverandering	21/04/2023	Leuven	15
7	Communicatiebeleid social profit	27/04/2023	Brussel	21
8	Communicatieplanning social profit	4/05/2023	Brussel	21
9	Diversiteitscommunicatie & mediabeleid social profit	11/05/2023	Brussel	21
10	Socialemediastратегie & scanbaar schrijven social profit	23/05/2023	Brussel	21
11	Woordvoerderschap en mediarelaties	6/06/2023	Leuven	11
12	Presentatie opdracht social profit	15/06/2023	Brussel	21
13	Communicatiebeleid	7/11/2023	Berchem	15
14	Communicatieplanning	14/11/2023	Berchem	15
15	De interne communicatie van je organisatie verbeteren	16/11/2023	Antwerpen	16
16	Online communicatie	21/11/2023	Berchem	15
17	Campagnes voeren en gedragsverandering	24/11/2023	Brussel	16
18	Communicatie in en door ziekenhuizen - dag 1	11/12/2023	Gent	13
19	Communicatie in en door ziekenhuizen - dag 2	18/12/2023	Gent	13
				310

	Themavorming			
1	De interne communicatie van je organisatie verbeteren	17/01/2023	Leuven	15
2	Energiezuinig leven! Maakt communicatie het verschil?	24/01/2023	Gent	12
3	Masterclass Communicatiestrategie	31/01/2023	Brussel	15
4	Employee én candidate journey	7/02/2023	Berchem	15
5	Vrijtijdscommunicatie: méér publiek voor je activiteiten	13/02/2023	Gent	14
6	Bouwstenen voor een werkend intranet	16/02/2023	Berchem	15
7	Crisiscommunicatie in de noodplanning	9/03/2023	Berchem	15
8	InDesign voor beginners - dag 1	21/03/2023	Gent	15
9	InDesign voor beginners - dag 2	23/03/2023	Gent	15
10	Veranderingen leiden vanuit verschillende rollen	28/03/2023	Mechelen	11
11	SEO: beter scoren in Google	20/04/2023	Berchem	16
12	Visueel scoren op scherm en papier	25/04/2023	Brussel	14
13	InDesign voor gevorderden - dag 1	2/05/2023	Berchem	14
14	InDesign voor gevorderden - dag 2	5/05/2023	Berchem	14
15	De interne communicatie van je organisatie verbeteren	15/05/2023	Gent	15
16	Zelf een podcast maken	16/05/2023	Gent	10
17	Monteer jouw video met Adobe Premiere - dag 1	22/05/2023	Berchem	14
18	Masterclass Copywriting	23/05/2023	Gent	8
19	Monteer jouw video met Adobe Premiere - dag 2	26/05/2023	Berchem	14
20	Word meesterframer	1/06/2023	Berchem	15
21	35 interventies die (niet) werken bij (gedrags)verandering	13/06/2023	Mechelen	15
22	Copywriting voor je magazine	13/06/2023	Berchem	15
23	Masterclass Communicatiestrategie	19/06/2023	Gent	16
24	De interne communicatie van je organisatie verbeteren	5/09/2023	Gent	17
25	Canva voor gevorderden	7/09/2023	Gent	16
26	Van identiteit naar een nieuwe huisstijl	12/09/2023	Brussel	13
27	Video maken met je smartphone	14/09/2023	Leuven	15
28	Analyseer je website met Matomo	26/09/2023	Gent	16
29	InDesign voor beginners - dag 1	2/10/2023	Antwerpen	15
30	Trends in het communicatielandschap	3/10/2023	Brussel	12
31	InDesign voor beginners - dag 2	5/10/2023	Antwerpen	15
32	Inclusieve communicatie	10/10/2023	Brussel	15
33	Genderinclusief schrijven	12/10/2023	Antwerpen	9
34	Employee én candidate journey	17/10/2023	Leuven	8
35	Bouwstenen voor een werkend intranet	26/10/2023	Brussel	16
36	Masterclass communicatiestrategie	26/10/2023	Brussel	15
37	AI-tools voor communicatieprofessionals	27/10/2023	Gent	16
38	SEO: beter scoren in Google	10/11/2023	Gent	12

39	Evenementencommunicatie	14/11/2023	Gent	17
40	15 communicatietechnieken die mensen in beweging krijgen	20/11/2023	Mechelen	15
41	InDesign voor gevorderden - dag 1	30/11/2023	Gent	14
42	InDesign voor gevorderden - dag 2	1/12/2023	Gent	14
43	Hoe pak je polarisatie aan?	5/12/2023	Leuven	9
44	Copywriting voor je magazine	12/12/2023	Gent	16
45	35 interventies die (niet) werken bij (gedrags)verandering	15/12/2023	Mechelen	7
				624
	Korte online sessies			
1	Hoe ga je als politiezone om met feedback op sociale media?	25/01/2023	online	29
2	Allemaal Digitaal 1 - TikTok inzetten met je organisatie	28/02/2023	online	36
3	Allemaal Digitaal 2 - Online conversaties managen	1/03/2023	online	17
4	Allemaal Digitaal 3 - Instagram Stories en Reels	2/03/2023	online	51
5	Allemaal Digitaal 4 - Online haatspraak aanpakken	3/03/2023	online	20
6	Bijna afgestudeerd in een communicatieopleiding. Wat nu?	26/04/2023	online	42
7	Hoe schrijf je een persbericht?	27/09/2023	online	28
8	Artificiële intelligentie en jouw rol als communicatieprofessional	18/10/2023	online	23
9	Lokale verkiezingen zonder opkomstplicht: wat nu?	23/10/2023	online	84
10	Hoe stel je de juiste vragen aan ChatGPT?	8/11/2023	online	56
11	De interne communicatiemonitor	30/11/2023	online	70
12	Communiqueer beter met de juiste foto's	6/12/2023	online	18
				474

SD 2 – Informatie en kennis

Sociale media

	2019	2020	2021	2022	2023
Aantal volgers Twitter	5.068	5.151	5.125	5.090	5.025
Aantal volgers Facebook	1.899	2.353	2.483	2.657	2.611
Aantal volgers LinkedIn		1.185	1.692	2.386	3.096
Aantal volgers Instagram	1.070	1.234	1.363	1.534	1.722

Nieuwsbrief abonnees

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Aantal leden	1.165	1.214	1.221	1.242	1.343	1.438
Andere abonnees	1.693	1.866	1.278	1.466	1.631	2.013
Totaal	2.858	3.080	2.499	2.708	2.974	3.451

Community

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Aantal vragen	103	123	116	123	134	148	167
Aantal antwoorden	251	313	312	313	454	/	/
Totaal	354	436	428	436	596	/	/

SD 4 - Aantal leden

	2019	2020	2021	2022	2023
Brusselse overheid en VGC	23	25	16	22	18
Communicatie- en adviesbureaus	55	50	47	51	56
Federale overheid	80	78	86	86	87
Gemeenten en steden	501	514	524	562	581
Intercommunales	33	39	30	35	44
Onderwijsinstellingen	32	33	35	37	29
Provincie	71	74	82	82	79
Vlaamse overheid	195	191	199	210	221
Politiezones + brandweer	75	71	74	80	88
Social profitorganisaties	109	124	116	180	179
Ziekenhuizen/Zorg	30	28	29	42	52
Andere	10	4	4	3	4
totaal	1.214	1.221	1.242	1.390	1.438
Studenten (gratis)		51	164	75	88