

Defensie



**ISAF Stage III
Uruzgan**

**Communicatieplan
12 juli 2006**

Inhoud

1.	Inleiding	3
2.	Missie	3
3.	Doelstelling en afbakening communicatiebeleid	4
3.1	Algemeen	4
3.2	Doelgroepen	4
4.	Voorlichtingsbeleid	6
4.1	Algemeen	6
4.2	Persbriefings in Nederland	7
4.3	Embedded journalism	7
4.4	Persreizen	8
4.5	VIP bezoeken	9
4.6	Aanwending van regionale en lokale media	9
4.7	Nieuwe media	9
4.8	Video feed point in het gebied	9
4.9	Buitenlandse media	10
4.10	Gebruik van de Audiovisuele Dienst Defensie	10
4.11	Meldingen van incidenten	10
4.12	Beleid ten aanzien van gebruik van namen	11
4.13	Mediamonitor	11
5.	Intern Communicatiebeleid	11
5.1	Commandanten (van de missies)	12
5.2	Nieuwe media	12
5.2.1	Internetfaciliteiten	12
5.2.2	Weblogs	13
5.2.3	Digitale foto-apparatuur	13
5.2.4	Intranet	13
5.3	Defensiebladen	14
5.4	Thuisfront Informatiedagen	14
6.	Crisiscommunicatie	14
7.	Organisatie van de communicatieorganisatie	15
8.	Evaluatie	15

1. Inleiding

We staan met de krijgsmacht aan het begin van een belangrijke missie naar Afghanistan. Vanaf augustus zullen we gedurende twee jaar met Task Force Uruzgan (TFU) een bijdrage leveren aan de International Security Assistance Force (ISAF Stage III), de NAVO operatie die in het zuiden de Afghaanse regering gaat ondersteunen bij de wederopbouw in dat land. Alvorens TFU haar werk kan doen moet een omvangrijke opbouwoperatie worden uitgevoerd. Dit werk zal gebeuren door de Deployment Task Force (DTF) die medio maart is ontplooid.

De missie naar Uruzgan wordt naar verwachting een zware missie met mogelijk diverse incidenten. Nu al is de mediabelangstelling en de vraag om informatie uit de eigen organisatie groot. De inschatting is dat door de aard van de missie deze tweezijdige vraag een continu karakter zal hebben. In het voorliggende communicatieplan wordt het communicatiebeleid van Defensie in grote lijnen beschreven. Op sommige punten betreft het (gedeeltelijk) nieuw beleid dat na goedkeuring nader dient te worden vastgelegd in interne aanwijzingen en afspraken met de media. Op basis van dit beleid zullen de verdere communicatieactiviteiten worden ontwikkeld. Het is de bedoeling dat dit beleid na evaluatie tevens een kader vormt voor de communicatie rond uitzendingen in de toekomst.

2. Missie

Alvorens te komen tot het communicatiebeleid, wordt kort stilgestaan bij de ISAF-missie in Afghanistan.

Na de aanslagen van 11 september 2001 was de internationale gemeenschap unaniem in haar oordeel dat Afghanistan nooit meer een vrijplaats mocht vormen voor het internationaal terrorisme. Het resultaat is dat op dit moment ruim 36 landen hard werken aan een beter en veiliger Afghanistan.

Ook Nederland heeft zich vanaf het begin van het conflict verbonden aan de toekomst van dit land. Al vanaf 2001 droeg Nederland bij aan de Operation Enduring Freedom (OEF) met fregatten, vliegtuigen en een onderzeeboot. Maar Nederland heeft in de afgelopen jaren ook steeds een belangrijke rol gespeeld in de opbouw van ISAF. Sinds 2002 waren wij aanwezig met een landmachtcompagnie en met stafpersoneel in de verschillende hoofdkwartieren. In 2003 met een Duits-Nederlands Hoofdkwartier, een jaar later met een Apache helikopterdetachement in Kabul, en sinds 2004 met een Provincial Reconstruction Team (PRT) in Baghlan. Ook is een F-16 detachement al vanaf april 2005 aan ISAF toegevoegd. Daarnaast hebben Special Forces, transportvliegtuigen en transporthelikopters een bijdrage geleverd. Ten slotte voert de Marine op dit moment het commando over CTF-150, het vlootverband dat zorg moet dragen voor een veilig zeegebied rond het Arabisch-schiereiland. Alles bij elkaar is Nederland één van de belangrijkste deelnemers in ISAF.

In januari 2006 heeft de Nederlandse regering besloten om met militaire eenheden bij te dragen aan ISAF stage III, waarbij de wederopbouwactiviteiten zich in het bijzonder richten op de provincie Uruzgan. De Nederlandse inbreng in Afghanistan wordt dan 1400 tot 1600 militairen, geconcentreerd op het Zuiden. In eerste instantie is de Deployment Taskforce (DTF) ingezet. De DTF bereidt de ontplooiing voor van de Nederlandse eenheden van Task Force-Uruzgan (TF-U), die onder bevel van het Regional Command South ingezet worden in Uruzgan. De Taskforce waar onder meer de Battlegroup en het PRT onder vallen, vangt met de missie op 1 augustus 2006 aan, voor een periode van twee jaar.

We kunnen spreken van een bijzondere missie, die intensief en kritisch zal worden gevolgd in de Nederlandse samenleving maar ook daarbuiten.

3. Doelstelling en afbakening communicatiebeleid

3.1 Algemeen

Het is essentieel dat Defensie het belang en het verloop van de missie en haar specifieke taken op professionele wijze uitdraagt aan bevolking, bezoekers, politici, overige belangstellenden en zeker ook aan het niet uitgezonden defensiepersoneel. Daarbij worden kansen benut om duidelijk te maken waar Defensie voor staat, mits dit de operationele veiligheid van het personeel niet in gevaar brengt. Hiermee wordt bijgedragen aan de transparantie die Defensie als open organisatie betracht.

Communicatie heeft zowel externe als interne componenten, die nauw met elkaar zijn verweven. Zo kunnen beelden of artikelen in de landelijke of regionale media effect hebben op defensiemedewerkers en kan interne communicatie via bijvoorbeeld defensiebladen een landelijk effect hebben. Samenhang en afstemming tussen de diverse elementen van communicatie is een voorwaarde om een helder beeld van de defensieorganisatie in de samenleving te bewerkstelligen. In dit communicatieplan komen dan ook voorlichtingsbeleid (extern) en intern communicatiebeleid aan de orde.

Het moge duidelijk zijn dat er bij de missie naar Uruzgan sprake is van een groot aantal doelgroepen. Hieronder wordt een aantal belangrijke doelgroepen genoemd met een korte uiteenzetting van het belang van de gerichte informatievoorziening.

3.2 Doelgroepen

Politiek, bevolking en de media. Naar alle waarschijnlijkheid zal er vanuit Nederlandse en internationale media relatief veel belangstelling bestaan voor deze missie. Het is daarom van belang om open, helder en uitgebreid te (laten) vertellen en te laten zien op welke wijze onze militairen hun opdrachten in Afghanistan uitvoeren. Hierbij gaat het steeds om het schetsen van een realistisch beeld. Het is immers essentieel dat de perceptie van de Nederlandse samenleving niet afwijkt van de realiteit. Kennis van de operatie en inzicht in de werkwijzen leiden tot begrip voor de

complexe omstandigheden en waardering voor de wijze waarop Nederlandse militairen daarin opereren. Het draagvlak waaraan op deze wijze wordt gewerkt is belangrijk, in het bijzonder in crisissituaties. Een goed geïnformeerde samenleving, waarin een waarheidsgetrouw beeld van de missie aanwezig is, zal zich grotendeels bewust zijn van de aanwezige risico's. Bij ernstige incidenten en tegenslagen zal het opgebouwde draagvlak dan ook niet direct wegvallen. Snelle en adequate berichtgeving en een heldere communicatiestructuur zijn uiteraard belangrijke uitgangspunten.

De uitgezonden militairen werken onder zware omstandigheden. Hoewel de intensieve opleiding en training vertrouwen geven in een goede, professionele uitvoering van de opgedragen taken, kan de dreiging van aanslagen en gevechtscontacten een negatief effect hebben op het moreel. Het is daarom belangrijk om de militairen de noodzakelijke steun te geven, door onder meer uitgebreide en realistische berichtgeving. Daarnaast wordt het belang onderstreept van communicatie vanuit het missiegebied met de achterban.

Thuisfront. Wanneer de relatie uitgezonden wordt, kan dit bij het thuisfront gevoelens van onzekerheid en spanning veroorzaken. Het is belangrijk dat het thuisfront weet dat de militairen goed voorbereid zijn en dat ze in staat zijn om in risicovolle situaties professioneel op te treden. Het tijdig en adequaat blijven informeren van relaties van uitgezonden militairen, te beginnen voorafgaande aan de missie, zal positieve impulsen geven aan draagvlak, ondersteuning en moreel van het thuisfront en de uitgezonden militairen.

Defensiepersoneel. Draagvlak voor de missie intern de defensieorganisatie is belangrijk. Veel medewerkers van Defensie hebben op een of andere manier inbreng bij de voorbereiding en instandhouding van de missie. Om die betrokkenheid en het interne draagvlak te bestendigen is het belangrijk dat de defensiemedewerker tijdig en juist geïnformeerd wordt over de ins en outs van de missie. In het bijzonder bij incidenten is adequate en uitgebreide aandacht in de defensiemedia noodzakelijk.

Internationale partners weten op welke wijze de Nederlandse militairen een bijdrage leveren aan ISAF en zien Nederland als een betrouwbare, professionele partner waarmee ze graag willen samenwerken. De noodzakelijke communicatie dient dan ook zoveel als mogelijk met hen te worden afgestemd, dan wel uitgewisseld.

Het is van belang dat **de Afghaanse bevolking** weet wat ze van de Nederlandse militairen kan verwachten, vertrouwen heeft in de Nederlandse bijdrage aan de stabiliteit en wederopbouw in Afghanistan en de acties van de Nederlandse militairen steunt. Een voortdurende presentie in het gebied en uitgebreide informatievoorziening door zorg van de Taskforce (Media Operaties) dragen bij aan begrip en waardering voor onze militaire eenheden.

We kunnen concluderen dat er sprake is van een complex veld aan doelgroepen. Elke doelgroep heeft er behoefte aan om 'gevoed' te worden met relevante informatie. Veelal onafhankelijk van elkaar is er een specifieke informatiebehoefte die een directe relatie heeft met de perceptie die binnen de doelgroep leeft en tevens met de

actualiteit.

Vandaar dat het beleid de vorm heeft van een kaderbeleid. Communicatie is typisch een activiteit die door de situatie en actualiteit wordt bepaald. Het is daarom onmogelijk een draaiboek te maken waarin alle communicatieactiviteiten tot in detail worden gepland. Media zullen zich bijvoorbeeld niet laten opleggen waaraan in welke periode aandacht moet worden besteed. De redacties bepalen wanneer iets nieuwswaardig is, niet Defensie.

4. Voorlichtingsbeleid

4.1 Algemeen

Defensie heeft als doel om een open beleid te voeren. We kunnen trots zijn op onze organisatie. We zijn professioneel, hebben veel ervaring en presenteren ons goed. Die kwaliteiten verdienen het om te worden erkend.

De waardering zal toenemen naarmate het begrip voor ons optreden en onze organisatie toenemen. Met andere woorden: “**begrip leidt tot waardering**”. Het creëren van begrip is niet eenvoudig te bereiken. We hebben immers een heel complexe organisatie met complexe opdrachten onder veelal complexe omstandigheden. Tevens impliceert het een kwetsbare opstelling waarbij ook de schaduwzijde van onze organisatie bespreekbaar moet zijn. Natuurlijk benadrukken we de mooie kanten van het vak, maar als we de schaduwkanten (PTSS, mogelijke slachtoffers, misstanden) trachten af te schermen, zal het volledige begrip er niet komen. Ook de waardering zal er dan niet zijn. Dit pleit eveneens voor openheid.

Continuïteit in de berichtgeving is van groot belang. Daardoor wordt een ontwikkeling aan het Nederlandse publiek zichtbaar gemaakt. Dit is niet alleen goed als die ontwikkeling positief is. Juist als zich een verslechtering in de veiligheidstoestand voordoet, is het van groot belang dat het Nederlandse volk daar via de media bij betrokken wordt.

Openheid en continuïteit dus, maar uiteraard wel onder centrale coördinatie. Dit lijkt in tegenspraak met al het voorgaande maar heeft alles te maken met de specifiek Nederlandse situatie. Nederland is een heel “directe” democratie. Wat vandaag in de krant staat, is morgen aan de orde in de Tweede Kamer en overmorgen leggen de bewindslieden er verantwoording over af. Nederland is politiek “geëngageerd”. Dat is beslist niet in alle landen zo. Die betrokkenheid is een verworvenheid, maar het is wel een factor waar rekening mee gehouden moet worden. Het maakt het noodzakelijk dat in de woordvoering rekening wordt gehouden met de politieke context waarin deze missie wordt uitgevoerd. Daarbij gaat het altijd om nuances, daarbij is de timing vaak van doorslaggevend belang, daarbij komt het vaak aan op doseren. Dat betekent dat de woordvoering, zoals bij alle missies het geval is, alleen maar onder regie kan staan van een organisatie-element dat dicht bij die politiek opereert: de Directie Voorlichting

en Communicatie (DVC).

Daar waar het woordvoering betreft over de meer buitenlandspolitieke kant van de missie neemt Voorlichting Buitenlandse Zaken initiatieven, in afstemming met Defensie.

De woordvoering over gebeurtenissen met een strafrechtelijk karakter vindt plaats overeenkomstig de afspraken die daarover door DVC met het Openbaar Ministerie zijn gemaakt. Dit betekent dat de verantwoordelijkheid voor deze voorlichting primair bij het Openbaar Ministerie berust.

Het voorlichtingsbeleid is dus gefundeerd op drie pijlers: openheid, continuïteit en centrale coördinatie. De begrenzing van wat hierbij mogelijk is, wordt sterk bepaald door wat veilig is voor de militairen, de 'operational security'. De volgende stap is aan te geven hoe dit beleid zich vertaalt in de uitvoering. In de navolgende paragrafen wordt deze vertaalslag gemaakt.

4.2 Persbriefings in Nederland

De geïsoleerde ligging, de afstand en de veiligheidssituatie maken het voor journalisten lastig om Uruzgan te bereiken. Het is dan ook niet te verwachten dat de media in groten getale in het gebied aanwezig kunnen zijn. Het is voor de media dus lastig om via eigen waarneming op de hoogte te blijven van de situatie in het gebied. Dit werkt een verschil in beeld en realiteit in de hand. Hierboven is reeds gesteld dat dit ongewenst is. Het is dus in belang van Defensie zelf initiatieven te ontplooiën. Een mogelijkheid daartoe is het organiseren van periodieke persbriefings op het departement. Op gezette tijden kan een (militaire) autoriteit inhoudelijke informatie geven over de missie. Dit kan zijn om de media te informeren over de actuele stand van zaken in het missiegebied, maar ook kunnen speciale thema's worden belicht. Denk hierbij aan het toelichten van plannen of initiatieven, maar ook aan informatieve briefings over actuele thema's. Op die wijze kan gericht op een specifieke behoefte worden ingespeeld.

4.3 Embedded journalism

Openheid en continuïteit liggen aan de basis van het voorlichtingsbeleid. Dit verlangt een "open door" filosofie van Defensie. Bij persverzoeken dient het uitgangspunt dan ook te zijn: ja, tenzij...

Zoals hierboven reeds is gesteld mag niet worden verwacht dat journalisten zelfstandig de provincie zullen bereiken (uitzonderingen nagelaten). Evenmin zal men in het gebied gedurende langere tijd onafhankelijk kunnen verblijven en werken. De situatie laat dat niet toe. Het faciliteren van de Nederlandse journalisten in het gebied is een consequentie van het open voorlichtingsbeleid.

Deze twee aspecten, openheid en facilitering, leiden automatisch naar "embedded journalism", echter op een wijze die past bij de Nederlandse situatie. We moeten journalisten de kans geven gedurende langere tijd (een à twee weken) ons werk van dichtbij waar te nemen. Deze journalisten worden opgenomen in de eigen gelederen en

ze krijgen de mogelijkheid tussen de militairen te leven en te werken. En omdat begrip leidt tot waardering krijgen ze zelfs de kans, als de omstandigheden dat toelaten, onze missies in het gebied van nabij mee te maken. Voor beide partijen is het echter belangrijk dat er een zekere afstand blijft bestaan. De objectiviteit van de journalistiek en de geloofwaardigheid van het verhaal zijn daarbij gebaat. Een verblijf van een, twee weken is dan ook het uitgangspunt en niet van meerdere maanden zoals bij de tweede Golfoorlog bij de Amerikaanse strijdkrachten is gebeurd.

Uiteraard zijn aan een verblijf onder de troepen voorwaarden verbonden. In de eerste plaats dienen de media zelf hun verantwoordelijkheid te nemen daar waar het gaat om de aansprakelijkheid in geval van calamiteiten. Zij dienen dit risico zelf af te dekken. Ook dienen vooraf harde afspraken te worden gemaakt over het waarborgen van de operationele veiligheid en dienen journalisten zich bij verhoogde spanning/calamiteiten strikt te houden aan de richtlijnen van Defensie. Denk hierbij aan zaken als het eerbiedigen van de veiligheidsvoorschriften, het zich houden aan de “black hole” procedure, etc. De ervaringen bij eerdere missies (zoals die in Irak) hebben geleerd dat hierover goede afspraken met de Nederlandse media te maken zijn.

Uiteraard is de veiligheidssituatie bepalend voor de timing van “embedded journalism” en zullen met name de CDS/DOC en de commandanten ter plekke moeten aangeven wanneer er ruimte is om journalisten voor langere tijd te ontvangen.

Concluderend wordt gestreefd naar een regelmatige presentie van journalisten in het gebied. Afwisselend zal dat de schrijvende pers, dan wel audiovisuele media zijn.

4.4 Persreizen

In het algemeen kan worden gesteld dat informatievoorziening op basis van een regelmatige presentie te prefereren is boven berichtgeving op basis van incidenteel georganiseerde persreizen. Daarvoor is een aantal redenen. Persreizen zijn belastend voor de eenheid. Het gaat immers doorgaans om een grote groep en aan zo'n bezoek gaat veel geregeld en georganiseerd vooraf. Daarnaast wordt de strakke regie bij persreizen soms als onplezierig ervaren bij het vergaren van nieuws. Omdat het vaak grotere groepen journalisten betreft, is een strakke organisatie van het programma vereist en dus roep je de verdenking over je af, de berichtgeving te willen regisseren. Dit conflicteert met de vereiste openheid. Zoals in de voorgaande paragraaf is aangegeven is een regelmatige presentie dan ook het uitgangspunt. Toch hebben persreizen wel degelijk hun eigen waarde en ze dienen dus te blijven bestaan. Speciale gebeurtenissen of bijzondere mijlpalen verdienen en vereisen de belangstelling van een breed publiek. Veelal zullen de persreizen worden benut om parlementair of algemene defensie verslaggevers de kans te geven het gebied te bezoeken. Ook moet gekeken worden naar mogelijkheden om columnisten en publicisten naar de missie te brengen.

Brede belangstelling is vaak slechts met behulp van een persreis te genereren. Het is echter wel zaak dat dit soort bezoeken in aantal enigszins worden beperkt om de eenheden in het gebied niet te zeer te belasten.

4.5 VIP bezoeken

VIPs (Bewindslieden, SG, CDS, Operationele Commandanten) bezoeken het gebied op gezette tijden. Dit soort bezoeken zijn bijna per definitie een kans om media-aandacht te genereren. Uiteraard geldt ook hier dat de veiligheid voor de persoon en de operatie voorop staat.

In het verleden zijn tevens goede ervaringen opgedaan met het (op verzoek) faciliteren van de categorie bekende Nederlanders. Belangrijk is natuurlijk dat dit gedoseerd gebeurt en dat zo'n bezoek past bij de aard van de missie op dat moment. Ook deze optie dient serieus te worden genomen als die zich aandient.

Het strekt dan tot de aanbeveling in beginsel in iedere VIP-party een aantal plaatsen voor journalisten en een woordvoerder te reserveren.

4.6 Aanwending van regionale en lokale media

Regionale en lokale media in Nederland zijn een zeer goed middel om met name het thuisfront te bereiken. Toch krijgen deze media nauwelijks de kans om zelf verslag te leggen in het gebied. De reden ligt voor de hand. Er zijn al veel landelijke media. Het aantal regionale en lokale media is sterk toegenomen. Het is onmogelijk al deze media te faciliteren door ze het gebied in te brengen. De keus valt dan meestal toch op de landelijke media.

Toch zijn er alternatieven. Door militairen de mogelijkheid te geven (begeleid) contact te laten onderhouden met de lokale of regionale media uit de woonplaats, kunnen deze media worden bediend. De ervaring leert dat hier grote vraag naar is. Continuïteit kan daarbij ook nog worden bereikt door dit contact te laten plaatsvinden door middel van periodieke columns, dan wel weblogs. (Zie ook 5.2.2)

4.7 Nieuwe media

Nieuwe media zoals het internet, maar ook het aantal gratis bladen zoals Spits en Metro, zijn in opmars. Juist deze media hebben een groot bereik onder de jeugd. Voor Defensie is dit een belangrijke doelgroep. Bediening van deze media is ook van groot belang. Bij de uitnodiging van journalisten dient nadrukkelijk ook aan deze groep te worden gedacht. Daarnaast is het belangrijk zelf over goede faciliteiten te beschikken om deze media vanuit het gebied te bedienen. De mogelijkheid snel foto- en videomateriaal over te kunnen zenden is daarbij essentieel. Het verdient dan ook de aanbeveling een internetfaciliteit in het gebied op te zetten met voldoende bandbreedte. Hiervoor zullen voorzieningen moeten worden aangeschaft.

4.8 Video feed point in het gebied

Voor televisieverslaggeving is het bezwaarlijk dat het erg moeilijk is beelden vanuit het gebied naar Nederland te krijgen. Vooral de nieuwsverslaggeving wordt hierdoor beperkt. Voor deze vorm van verslaggeving is het immers eigenlijk niet acceptabel om het nieuws met vertraging (b.v. via luchttransport) naar Nederland te zenden. Het

bericht heeft dan bij aankomst in Nederland per definitie zijn nieuwswaarde verloren. Ook verzending via het internet biedt voor professionele videobeelden geen soulaas. De bandbreedte van de het internet is hiervoor eenvoudigweg te smal.

Toch is het van groot belang dat juist deze vorm van journalistiek vanuit het gebied zijn werk kan doen. Een mogelijkheid dit toch te bewerkstelligen is het inrichten van een zogenaamd "video feed point" in het gebied. Dit komt neer op de permanente plaatsing van een satellietzender met randapparatuur. Een nationale nieuwszender heeft aangeboden een dergelijke faciliteit te willen inrichten. Ook collega-omroepen zouden (tegen een redelijke vergoeding) van deze apparatuur gebruik mogen maken. Defensie krijgt de mogelijkheid om (bijvoorbeeld in geval van een calamiteit) het gebruik van de apparatuur tijdelijk te ontzeggen.

Aanbevolen wordt op het aanbod van RTL nieuws in te gaan, onder de voorwaarde dat de faciliteit gedeeld wordt met de publieke omroep. Een en ander dient contractueel te worden vastgelegd

4.9 Buitenlandse media

Ten aanzien van buitenlandse media zal in beginsel ook een open opstelling worden betracht. Natuurlijk is de band met deze media minder hecht dan die met hun Nederlandse collega's. Daarom moet voorzichtiger worden geopereerd in verband met de operationele veiligheid. Ook hebben de Nederlandse media in principe prioriteit.

Een speciale positie hebben echter de Australische media. Met onze Australische collega's moet goed worden gecommuniceerd over ons voorlichtingsbeleid. Zeker in geval van calamiteiten heeft afstemming met deze coalitie partner de hoogste prioriteit. Zo spoedig mogelijk moeten daarom afspraken met de Australiërs worden gemaakt. Ook moeten afspraken worden gemaakt met de communicatiecel van het gemeenschappelijke hoofdkwartier.

4.10 Gebruik van de Audiovisuele Dienst Defensie

Bij aanvang missies is het vaak niet mogelijk onmiddellijk de media te faciliteren. De situatie in het gebied is nog niet volledig in kaart en vaak is ook de eenheid nog te druk met het opstarten van de operatie. Toch is juist in die fase de vraag vanuit de media groot. Aan die vraag kan gedeeltelijk worden tegemoet gekomen door gebruik van de Audiovisuele Dienst Defensie (AVDD). Als element van de eigen organisatie kan de AVDD immers wel onmiddellijk bij aanvang met de eenheid mee het gebied in. De AVDD kan dan stockmateriaal vervaardigen, wat vervolgens beschikbaar kan worden gesteld aan alle media in Nederland. Het is daarom gewenst dat bij aanvang van de missie (en bij aanvang van iedere nieuwe rotatie) de AVDD de opdracht krijgt stockmateriaal te vervaardigen.

4.11 Meldingen van incidenten

Openheid noopt tot een consequent incidentenbeleid. In beginsel zullen daarom alle incidenten waar Nederlanders bij betrokken zijn, hetzij omdat zij zelf schieten, hetzij

omdat zij onder vuur genomen worden (of bij een aanslag betrokken zijn geraakt), zo spoedig mogelijk worden gemeld aan Nederlandse media. Ook ernstige ongevallen behoren tot deze categorie. Zo spoedig mogelijk betekent in principe dezelfde dag als het incident plaatsvindt, maar (in geval van slachtoffers) niet eerder dan nadat het thuisfront van de betrokken militairen is geïnformeerd.

Reeds bij eerdere missies is afgesproken dat DOC/DVC aan de HDP melden wanneer er bekendheid wordt gegeven aan een incident, zodat HDP de voorzitters van de bonden een voorwaarschuwing kan geven. Een dergelijke afspraak dient ook te worden gemaakt om de fractiewoordvoerders een voorwaarschuwing te geven via bureau SG.

4.12 Beleid ten aanzien van gebruik van namen

Het gebruiken van naam en toenaam van militairen in het missiegebied door de media ligt gevoelig. Het vrijgeven van de volledige eigen identiteit is om redenen van veiligheid ongewenst. Daarom wordt voorgesteld om de militairen in beginsel niet met naam en toenaam te vermelden. Ook het al dan niet herkenbaar in beeld brengen van militairen dient telkens te worden overwogen.

Militairen van de Special Forces en de Brigade Speciale Beveiligingsopdrachten (BSB) van de Koninklijke marechaussee mogen in geen geval herkenbaar in beeld worden gebracht. Ook is het bij hen toegestaan hun rang te “camoufleren”. Commandanten tot op compagniesniveau zullen in alle gevallen met naam én achternaam worden genoemd. Zij zijn immers het gezicht van de operatie.

4.13 Mediamonitor

Door de media-uitingen nauwgezet te volgen en te analyseren is het mogelijk snel trends en ontwikkelingen te onderkennen én hierop te reageren. Geadviseerd wordt een mediamonitor aan te stellen die hiervoor zorg draagt. Belangrijk is hierbij op te merken dat hiervoor (tijdelijk) extra capaciteit bij DVC beschikbaar moet komen.

5. Intern Communicatiebeleid

Bij interne communicatie betreft het de richtlijnen en procedures die nodig zijn om relevante informatie van en naar het inzetgebied af te stemmen en te verspreiden onder het defensiepersoneel. In algemene zin gelden de uitgangspunten van het voorlichtingsbeleid eveneens voor het interne communicatiebeleid. Openheid, begrip, draagvlak en waardering gelden zeker ook voor de informatie richting het personeel van Defensie.

Op het gebied van interne communicatie is een belangrijke rol weggelegd voor de CDS en zijn ondercommandanten. Alle interne communicatiemiddelen die bij de defensieonderdelen worden gehanteerd, kunnen bijdragen aan een snelle en uitgebreide interne verspreiding van de nieuwsberichten. De hierbij noodzakelijke regie

en afstemming tussen de krijgsmachtdelen wordt door DVC verzorgd.

In algemene zin geldt dat belangrijke informatie vanuit het missiegebied bij voorkeur en zo mogelijk via interne media moet worden gecommuniceerd, alvorens deze berichtgeving via de externe media naar buiten komt. Dit is echter lang niet in alle gevallen mogelijk. In dat geval dienen de Defensiemedia aanvullende berichtgeving te verzorgen op de informatie die reeds door de externe media is gecommuniceerd. De interne communicatie kan op diverse wijzen worden vormgegeven, zoals aangegeven in de volgende paragrafen.

5.1 Commandanten (van de missies)

De commandanten zijn het gezicht van de missie, zowel intern als extern. Zij moeten vroegtijdig gepositioneerd worden. Hierbij ligt de prioriteit in eerste instantie intern richting de militairen en hun thuisfront en allen die binnen Defensie een rol spelen ter ondersteuning van de missie.

Communicatie via commandanten is en blijft een goede directe vorm van communicatie. Door de hiërarchische structuur van Defensie kunnen berichten via de commandantenlijn mondeling dan wel schriftelijk snel en doeltreffend worden overgebracht. Heldere richtlijnen en documenten ter verduidelijking kunnen deze communicatie waar mogelijk ondersteunen.

5.2 Nieuwe media

Om informatie snel over te brengen wordt meer en meer gebruik gemaakt van de zogenaamde nieuwe media. Hieronder worden hiervan enige voorbeelden aangehaald en richtlijnen gegeven bij het gebruik daarvan.

5.2.1 Internetfaciliteiten

Het uitgezonden personeel heeft de beschikking over internetfaciliteiten die door Defensie worden gefaciliteerd. Mailcontact met het thuisfront wordt op deze wijze mogelijk gemaakt en is een belangrijk moreelsaspect. Bovendien is het internet een uiterst efficiënt middel om de gewenste berichten aan tal van doelgroepen te communiceren. Het gebruik van internet is echter wel gebonden aan regels.

Alle officiële uitingen van en namens Defensie moeten op een professionele wijze gerealiseerd worden. Dat betekent dat publicatie via internet over onderwerpen die tijdens de missie spelen, alleen via de officiële sites als bijvoorbeeld www.defensie.nl, www.landmacht.nl en www.luchtmacht.nl moet geschieden.

Ten behoeve van ISAF stage III worden speciale pagina's aangemaakt op de Defensie-site, in het bijzonder om achtergrondinformatie vanuit Afghanistan een plaats te geven. Het betreft in dat geval informatie die door zorg van communicatiepersoneel in het missiegebied op de site wordt geplaatst en waarbij DVC controlerend optreedt.

Tevens wordt bezien of het 'Uruzgan-gedeelte' van de Defensie website ook ruimte kan

bieden aan berichten die worden verzonden door de achterban van de uitgezonden militairen. De ervaring van eerdere missies, met name Irak, heeft aangetoond dat er vanuit het thuisfront veel behoefte is aan een dergelijke mogelijkheid, in het bijzonder om de uitgezonden militairen te ondersteunen met brieven, gedichten, tekeningen en overige persoonlijke boodschappen. Om de berichtenstroom vanuit de achterban adequaat te verwerken, zal de huidige redactiecapaciteit uitbreiding behoeven.

Bij vorige uitzendingen zijn door militairen in missiegebieden dan wel door hun thuisfront op eigen initiatief diverse internetsites gemaakt. De inhoud van deze sites strookt niet altijd met het gewenste professionele imago van Defensie. Ook schuilt daarin het gevaar van ongewenste publicatie van operationele informatie, hetgeen de persoon dan wel de eenheid in gevaar kan brengen. Vandaar dat het gebruik van andere dan de bestaande Defensiesites niet is toegestaan.

Tijdens de voorbereiding en uitvoering van de missie dient het personeel via de commandantenlijn gewezen te worden op bovengenoemde richtlijnen.

5.2.2 Weblogs

Weblogs bieden de mogelijkheid om op frequente basis berichtgeving te verzorgen op een eigen internetsite. Dit is technisch mogelijk en zou ook door de achterban van uitgezonden militairen kunnen worden geïnitieerd. Om “wildgroei” tegen te gaan, is het aan te bevelen enige uitgezonden militairen te vragen een web-log te onderhouden en deze op de Defensie website onder te brengen. Hierdoor kan op gecontroleerde wijze ruimte worden geboden voor persoonlijke verhalen.

In algemene zin is controle op de berichtgeving via web-logs niet mogelijk, hetgeen zou kunnen leiden tot ongewenste en wellicht gevaarlijke situaties. Vandaar dat de voor het internet geldende regels, waarbij operationele informatie niet mag worden gecommuniceerd, ook hier van toepassing zijn. Deze regels dienen ook bij het thuisfront bekend te worden gesteld.

5.2.3 Digitale foto-apparatuur

GSM-telefoontoestellen zijn tegenwoordig vaak uitgerust met mogelijkheden voor digitale fotografie. Daardoor is het mogelijk om foto's te verzenden vanuit Afghanistan van allerlei situaties. Het moge duidelijk zijn dat foto's van aanslagen of overige incidenten uiterst gevoelige en geclassificeerde situatie's kunnen weergeven. Derhalve is het gebruik van deze mogelijkheid aan regels gebonden.

5.2.4 Intranet

Sinds dit jaar heeft DVC de beschikking over het defensie intranetportaal ten behoeve van de interne communicatie. Met dit nieuwe middel beschikt de Directie over een defensiebreed instrument voor interne communicatie. Berichtgeving intern de Defensieorganisatie, in het bijzonder nieuwsberichten over de missie, zal dan ook met prioriteit via dit medium worden verzorgd.

5. Standaard Operating Procedures van de Directie Operaties.

7. Organisatie van de communicatieorganisatie

In het inzetgebied is een aantal Press Information Officers (PIO) actief. Nederland levert een communicatieadviseur voor RC-S Kandahar. De commandant DTF krijgt tijdens zijn inzet de ondersteuning van een PIO. Daarnaast is in de specialistenstaf van de TF Uruzgan een PIO ingebracht. Tenslotte zijn een redacteur en fotograaf toegevoegd.

Vanuit Nederland wordt afstemming verzorgd door het Bureau Woordvoering Operaties (WOPS) van DVC. In overleg met hen wordt de lijn van woordvoering over een grote diversiteit aan onderwerpen vastgesteld en verspreid aan commandanten zodat de sleutelfunctionarissen op de hoogte zijn van de juiste informatie om hun medewerkers en de omgeving te informeren.

Afstemming van de informatie in het gebied is eveneens van groot belang. Nederlands communicatiepersoneel bij de diverse staven dient intensief samen te werken met communicatiepersoneel van de aanwezige internationale partners om een gefragmenteerde en niet afgestemde informatiestroom uit het gebied te voorkomen. De Nederlandse ambassade in Kabul dient hierbij nauw te worden betrokken.

De kwaliteit van het communicatiepersoneel is uiteraard essentieel. In eerste instantie dienen de krijgsmachtdelen communicatie- en voorlichtingspersoneel voor de missie aan te bieden. Als aanvulling op binnen de communicatieorganisatie aanwezige capaciteiten kan worden gedacht aan de inzet van de zogenaamde 'part time voorlichters', ervaren communicatiepersoneel dat inmiddels bij andere onderdelen van Defensie werkzaam is.

8. Evaluatie

Teneinde tijdig te kunnen bijsturen is tussentijdse evaluatie van de verschillende communicatie-inspanningen belangrijk.