

Afsprakenbrief Communicatie LifeLines

28 juni 2011

Om op een kwalitatief hoogstaande, effectieve en efficiënte manier bij te dragen aan de doelen van zowel LifeLines als de organisatiedoelen en ambities van het UMCG en UMCG/RUG, is het wenselijk en noodzakelijk om op structurele basis goede afspraken te maken over de strategische richting, inzet van personele capaciteit, financiële en juridische aspecten van communicatie. Onderstaande afspraken dienen als basis onder de structurele samenwerking tussen het management van LifeLines en corporate communicatie UMC-Staf. Deze afsprakenbrief beperkt zich tot schriftelijke, digitale en marketinggerelateerde uitingen binnen de context van de solobrand LifeLines voor de communicatie met deelnemers en de duobrand RUG-UMCG voor de communicatie met overige doelgroepen.

Uitgangspunten

1. Alle inhoudelijke uitingen die binnen bovengenoemde brands worden gerealiseerd, vallen onder de verantwoordelijkheid van de manager en de wetenschappelijk directeur van LifeLines.
2. Corporate Communicatie UMCG ondersteunt alle interne en externe communicatie-uitingen namens de Raad van Bestuur van het UMCG over LifeLines door inzet van professionals en reguliere communicatiemiddelen.
3. De registratie van de domeinnamen LifeLines.umcg.nl en LifeLines.nl valt onder de financiële en functionele verantwoordelijkheid van corporate communicatie UMC-Staf.
4. Het technisch beheer van de website van LifeLines is belegd bij ICT UMCG. De communicatie-adviseur van LifeLines is verantwoordelijk voor het dagelijkse functionele beheer van de website van LifeLines.
5. UMCG Corporate Communicatie is verantwoordelijk voor alle externe publicitaire uitingen over LifeLines. De realisatie van publicitaire uitingen van Lifelinesmedewerkers die zowel een UMCG als een RUG-aanstelling genieten vallen eveneens onder de verantwoordelijkheid van corporate communicatie UMCG .
6. Voor producten in RUG-UMCG huisstijl zijn bestaande afspraken tussen de communicatie-afdelingen van de RUG en het UMCG van toepassing. Corporate Communicatie UMCG informeert de afdeling communicatie van de RUG over deze specifieke producten.
7. UMCG Corporate Communicatie stelt in voorkomende gevallen een afsprakenbrief over de communicatie op voor investeringspartners die een financiële relatie met zowel het UMCG als de Stichting LifeLines hebben.
8. De ingang voor perscontacten blijft bij Corporate Communicatie UMCG. Vragen van journalisten over de onderzoeksfaciliteiten, onderzoeksmethoden, deelnemers, medewerkers en andere voorkomende vragen worden waar noodzakelijk geacht door en/of in afstemming met de woordvoerders van LifeLines beantwoord.

Functionele afspraken

1. Voor integraal communicatie-advies of productie door Corporate Communicatie UMCG wordt een doorlooptijd van minimaal een maand aangehouden (i.v.m. planning werkzaamheden). De deur staat uiteraard altijd open voor vragen die op korte termijn beantwoord kunnen worden.
2. LifeLines wijst inhoudelijk deskundigen aan voor publieke communicatie over Lifelinesfaciliteiten, methoden, resultaten, campagnes en medewerkers aan. Deze

deskundigen zijn 24x7 beschikbaar voor alle externe communicatie over LifeLines. Perswoordvoering over LifeLines is een verantwoordelijkheid van Corporate Communicatie UMCG.

3. LifeLines laat een separate kostenplaats voor de duobrand uitingen UMCG-RUG aanmaken bij de afdeling F&C van het UMCG m.i.v. 1 augustus 2011.
4. De corporate positionering van LifeLines vindt altijd binnen de duobrand UMCG-RUG plaats.
5. Alleen in de directe communicatie met huidige en potentiële deelnemers via afsprakenbrieven en publiekscampagnes wordt het solobrand LifeLines toegepast.
6. Corporate Communicatie UMCG heeft een adviserende rol in de richting van Stichting LifeLines over de organisatie van alle LifeLinesgerelateerde communicatie.
7. Ingehuurde medewerkers in dienst van LifeLines zijn niet bevoegd om het woord te voeren namens het UMCG. Als het UMCG een rol speelt in publicitaire uitingen van LifeLines of genoemd wordt, dan wordt persvoorlichting UMCG vooraf geconsulteerd met als doel te toetsen op publicitaire kansen en risico's en woordvoering voor te bereiden.
8. LifeLines sluit een bewaarnemingsovereenkomst met leveranciers van communicatiemateriaal.
9. Bij de gebruiksrechten van het in opdracht van het UMCG ontwikkelde logo wordt een huisstijlhandboek LifeLines opgesteld en ter beschikking gesteld aan de communicatieadviseur van LifeLines.

Organisatie van de communicatie

1. Overlegstructuur
 - Hoofd Communicatie UMCG – manager werving&behoud/manager LifeLines: 2-maandelijks
 - Communicatieadviseur LifeLines – team huisstijl UMCG: op basis van productieafspraken.
 - Persvoorlichting UMCG – MT LifeLines: regulier overleg.
2. Interne communicatie richting medewerkers en leidinggevenden binnen het UMCG over LifeLines loopt via de gebruikelijke interne communicatiekanalen en wordt gerealiseerd door Corporate Communicatie UMCG. Besluitvorming over lijncommunicatie en corporate communicatie inzake LifeLines vindt in afstemming met de Raad van Bestuur UMCG plaats.
3. In voorkomende gevallen en calamiteiten wordt op bestuurlijk niveau afgestemd over de woordvoering.