Kirsten van Ewijk
Tamara Bouman-Lammertse
iO

CONTENT GOVERNANCE

Zo hou je regie

Even voorstellen



Kirsten van Ewijk

Contentstrateeg, copy & contentspecialist



Tamara Bouman-Lammertse - iO

Contentstrateeg, copy & contentspecialist, schrijfcoach en trainer

Agenda

01 Van strategie naar governance

- Uitdagingen in de contentorganisatie
- Redactiemodellen
- Voorbeeld uit de praktijk

02 Eigenaarschap en afspraken

- Rollen en verantwoordelijkheden
- Samenwerking en werkprocessen
- Richtlijnen en lifecycle management
- Voorbeeld uit de praktijk

03 Draagvlak & adoptie

- Impact op organisatie
- Adoptieplannen

01 Van strategie naar governance

De digitale wereld verandert...

01

1. De digitale route naar informatie verandert ingrijpend

AI IS HET NIEUWE NORMAAL

Bijna de helft van Nederland gebruikt AI. Bij jongeren is het driekwart.

45%

van de Nederlanders van 16 tot 74 jaar gebruikte in 2025 generatieve AI, zoals ChatGPT

74%

van de jongeren van 16 tot 24 jaar deed dat ook. Zij zijn de gebruikers van de toekomst.

Bron: Eurostat (2025), via Searchlab, AI-zoekgedrag Nederland statistieken 2026

WINDOW OF SURVIVAL

Zoekmachines en AI geven steeds vaker zélf het antwoord. Wie daarin niet zichtbaar is, raakt uit beeld.

8%

van de gebruikers neemt nog de moeite om door te klikken naar een website als er een AI-overzicht wordt getoond

-58%

daling van het aantal kliks op het bovenste zoekresultaat wanneer Google een AI-overzicht wordt getoond

“Niet gevonden worden in een AI-antwoord wordt straks de nieuw pagina 2 van Google.”

Bronnen: Ahrefs (2026); PEW (2025)

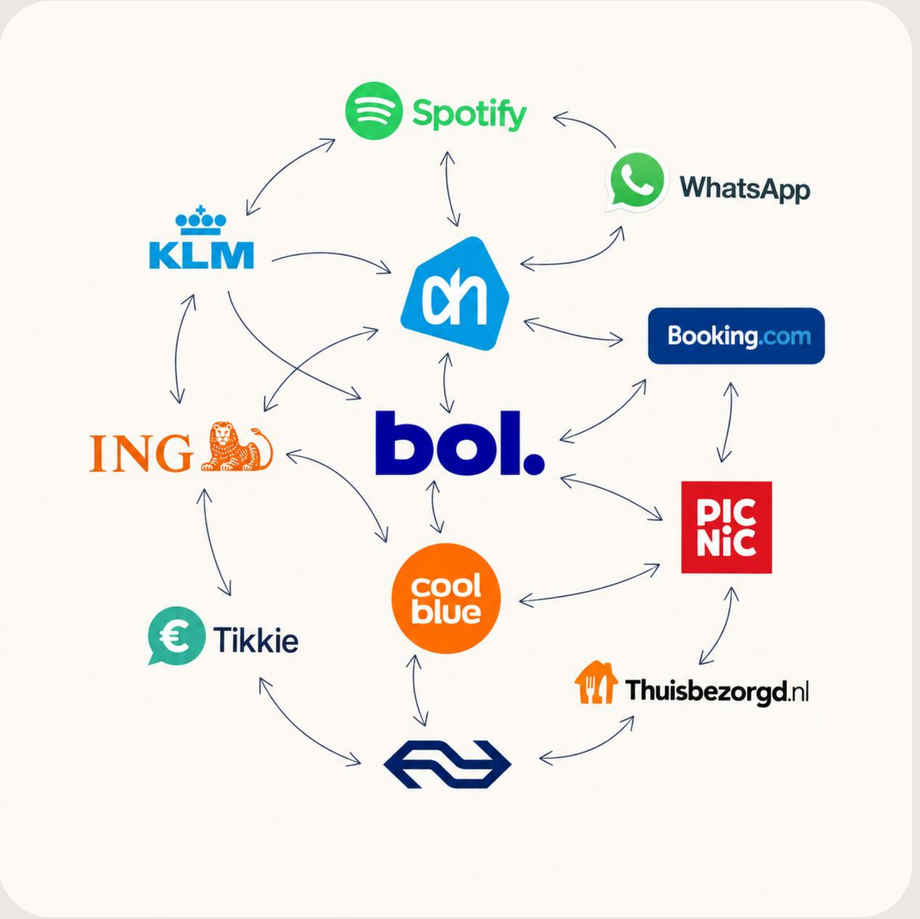
01

2. Gebruikersverwachtingen groeien sneller dan ooit

Digitale verwachtingen liggen torenhoog

93%

van de inwoners verwacht dat publieke diensten net zo snel, gemakkelijk en gepersonaliseerd zijn als die van de beste apps die ze in hun dagelijks leven gebruiken



Bron: BCG Digital Government Citizen Survey

3. De hoeveelheid content groeit explosief



01

Daarom begin je met een goede strategie

Waarom?	Beantwoord de vragen: Wie ben je? Wat wil je? Voor wie? - Missie, visie, kernwaarden - Doelen - Doelgroepen
Wat?	Bepaal welke content je waar, wanneer inzet en op welke manier: - Kanalen en contentthema's - Contenttypes en formats - Kalender
Hoe?	Richt je contentorganisatie in: - Redactiemodel, eigenaarschap en rollen - Samenwerking en werkprocessen - Richtlijnen en lifecycle management

01

Van buiten naar binnen

De inrichting van de contentorganisatie volgt je strategie, niet andersom



01

Voorbeelden van redactiemodellen

Centraal

- Eén centrale redactie beheert alle webcontent

Decentraal

- Elke afdeling of dienst beheert zijn eigen content

Federaal

- Een centrale redactie bepaalt de kaders, decentrale redacteuren maken en beheren content

Newsroom

- Een redactie werkt journalistiek en cross-channel, mef focus op verhalen, actualiteit en campagnes

Journey- of doelgroepgericht

- De redactie is georganiseerd rond doelgroepen of journeys, niet rond organisatieonderdelen

Voorbeeld uit de praktijk



De uitdaging van veel universiteiten

- Veel verschillende doelgroepen
- Veel afdelingen met decentraal eigenaarschap
- Veel redacteuren die de website ’erbij’ doen
- Versnippering en dubbele content
- Veel (wetenschaps)content zonder strategie
- Niet datagedreven werken met content

01

Oplossingsrichting: indeling in doelgroepen en thema's

Hele website

Product owner
Functioneel beheerders
Webdevelopers
UX/CX specialisten
Online marketing (SEO,CRO, social media, etc.)
Eindredacteur

Corporate en (potentiële) onderzoekspartners

Communicatieadviseur corporate Contentspecialist corporate				
Communicatieadviseur onderzoekspartners Contentspecialist onderzoekspartners				
Communicatie adviseur thema 1	Communicatie adviseur thema 2	Communicatie adviseur thema 3	Communicatie adviseur thema 4	Communicatie adviseur thema 5
Content manager	Content manager	Content manager	Content manager	Content manager
Inhoudelijk eigenaren	Inhoudelijk eigenaren	Inhoudelijk eigenaren	Inhoudelijk eigenaren	Inhoudelijk eigenaren

Educatie

Studiekiezer	**Aangemelde student**	**Huidige student**
Communicatie adviseur	Communicatie adviseur	Communicatie adviseur
Contentspecialist	Contentspecialist	Contentspecialist
Content manager	Content manager	Content manager
Inhoudelijk eigenaren	Inhoudelijk eigenaren	Inhoudelijk eigenaren

Andere doelgroepen

Potentiële medewerkers	**Alumni**	**Professionals**	**PhD**
Communicatieadviseur	Communicatieadviseur	Communicatieadviseur	Communicatieadviseur
Contentspecialist	Contentspecialist	Contentspecialist	Contenspecialist
Content manager	Content manager	Content manager	Content manager
Inhoudelijk eigenaren	Inhoudelijk eigenaren	Inhoudelijk eigenaren	Inhoudelijk eigenaren

02 Eigenaarschap en afspraken

02

Van versnippering naar regie

Door afspraken over eigenaarschap, rollen, samenwerking, workflows, contentbeheer en richtlijnen waarborg je:

- Contentkwaliteit
- Merkidentiteit
- Schaalbaarheid
- Actualiteit
- Vindbaarheid
- Efficiëntie

Schrijf rollen en verantwoordelijkheden uit

Niveau	Rol	Verantwoordelijkheid
Centraal	Eindredacteur EU	Redactieformule, kwaliteitsbewaking etc.
Centraal	Contentspecialist EU	Contentkalender, creatie, publicatie
Decentraal	Content manager Frankrijk	Vertalen, publiceren
Decentraal	Contenteigenaar	Verantwoordelijk voor juistheid en actualiteit content

02

Samenwerking en werkprocessen

Leg de basis van een goedwerkende governance vast.

Maak afspraken over:

- Eigenaarschap, mandaat, contentrollen en verantwoordelijkheden per pagina/contentonderdeel
- Workflows: van schrijven tot publicatie
- Briefingsformulieren en contenttemplates
- Doorlooptijden en escalatieprocedures
- Samenwerkingskanalen, structurele meetings

Content richtlijnen

Leg alle afspraken vast die de kwaliteit en consistentie van content waarborgen.

- Tone of voice
- Schrijfwijzer
- Beeldrichtlijnen
- Toegankelijkheid & vindbaarheid
- Contenttypes, -formats en -templates

02

Lifecycle management & meetstrategie



Meetplan

- Naar welke metrics & kpi’s kijken we?
- Welke meetinstrumenten gebruiken we?
- Hoe laten we de resultaten zien? (dashboarding)

Afspraken over beheer

- Welke acties onderneemt wie aan de hand van de prestaties?
- Wanneer content optimaliseren?
- Wanneer content actualiseren?
- Wanneer weggooien?
- Hoe ondersteunt het CMS hier eventueel in?

Deze punten zullen verschillen per contenttype/kanaal. Denk aan de aard van statische en dynamische content.

02

Zet AI effectief in als assistent

Contentaudits

Laat AI een grote hoeveelheid content inventariseren.

Geautomatiseerde workflows

Van briefingtemplates tot geautomatiseerde seintjes in het CMS of via mail.

Stijl- en toonbewaking

Maak assistenten beschikbaar voor alle (decentrale) redacteuren om teksten te checken op tone of voice en stijlafspraken.

Contentprestaties

Laat AI de kwaliteit en prestaties (performancedata) van je content monitoren.

Voorbeeld uit de praktijk



Bibliotheek-netwerk

- 129 bibliotheken, elk met een eigen website en redactie
- Grote verschillen in capaciteit en kennis
- Deels gezamenlijke, deels lokale content
- Dubbel werk en kannibalisatie
- Waarde voor lokale kleur en een eigen profiel
- Geen mandaat: gezamenlijk besluit is essentieel

Oplossingsrichting: 3 typen content, 3 rollen

	Bronhouder Inhoudelijk verantwoordelijk voor een onderwerp of contentsoort.	Netwerkredactie Zorgt dat informatie begrijpelijk, toegankelijk en klaar is voor publicatie en stelt kaders op.	Lokale redactie Verantwoordelijk voor alle lokale content.
Collectieve content Geldt voor het hele netwerk	Levert input en bewaakt correctheid	Maakt, publiceert en beheert alle content, binnen de gezamenlijke kaders	Adresseert onjuistheden via de correctieroute
Gezamenlijke kern Gedeelde basis, lokaal aangevuld	Bewaakt de basis	Maakt, publiceert en beheert de gezamenlijke basis	Vult lokale informatie aan
Lokale content Alleen voor de eigen locatie	*Geen rol*	Geen inhoudelijke rol, stelt wel de kaders vast	Maakt, publiceert en beheert alle content, binnen de gezamenlijke kaders

02

…met hulp van het CMS

Het contentmanagementsysteem (CMS) wordt zo ingericht dat het de afspraken ondersteunt:

- Vergrendelde velden
- Verplichte velden
- Rechten per rol
- Zichtbare eigenaar
- Ingebouwde correctieroute
- Automatische doorwerking van wijzigingen

03 Draagvlak & adoptie

Governance op papier is niet genoeg. De grootste uitdaging is de organisatie meekrijgen.



Impact op organisatie

- Vaak groot door scherpe, pijnlijke beslissingen
- Focus: minder content, meer kwaliteit
- Vaak snijden in aantal decentrale redacteuren
- Raakt bestaansrecht van sommige werknemers
- Weinig begrip: Van buiten naar binnen denken en geen kennis van online communicatie

03

Maak een adoptieplan

Wie betrek je wanneer, en hoe?

1. Betrek vanaf het begin

- Verzamel de belangrijkste stakeholders / contenteigenaren
- Laat 'slechte' voorbeelden zien en/of gebruikersonderzoek

2. Laat het belang inzien

- Leg de voordelen uit:
  - Betere prestaties
  - Duidelijkere processen
  - Etc.

3. Maak de strategie samen

- Neem stakeholders mee in het proces
- Laat ze op vaste momenten input geven en feedback
- Organiseer workshops

4. Zorg voor steun hoog in de boom

- Kies een cheerleader: stevig en met veel online kennis
- Mandaat van managementteam
- Steun op bestuurlijk niveau

5. Maak een toekomstplan

- Hoe wordt de implementatie gedeeld en gevierd?
- Hoe wordt de contentkalender gedeeld en met wie?

- Roadmap voor optimalisatie en doorontwikkelingen
- Resultaten delen via rapportages/dashboards
- Updates via interne mails/nieuwsberichten


Vragen?
www.iodigital.com