AI & OPRECHT: ONS AI-BELEID 2027

Buro FRANKLY | Kloetinge | versie 2027 | geldig vanaf 1 december 2026

Bij Buro FRANKLY gebruiken we AI (kunstmatige intelligentie: software die tekst, beeld, video of analyses maakt) als hulpmiddel binnen onze marketingdiensten. We doen dat bewust, veilig en transparant. AI helpt ons sneller te denken, maar wij blijven verantwoordelijk voor wat er de wereld in gaat. Dit beleid is bedoeld voor klanten, samenwerkingspartners en iedereen die wil weten hoe wij met AI werken.

IN HET KORT

- We publiceren geen content die 100% AI is zonder menselijke redactie.
- Geen nep-ervaringen, nep-reviews of verzonnen klantverhalen.
- We stoppen geen onnodige of gevoelige persoonsgegevens in AI-tools.
- Opnames en transcripties alleen met duidelijke toestemming.
- Realistische AI-beelden van bestaande mensen of plekken maken we herkenbaar als AI.
- Kort gezegd: AI versnelt het denkwerk, wij leveren het vakwerk.

Dit beleid vult onze privacyverklaring en algemene voorwaarden (artikel 7) aan.

1. WAAROM WE AI GEBRUIKEN

1.1 Bij Buro FRANKLY staan we voor oprecht: eerlijk, menselijk en met aandacht voor wat klopt, inhoudelijk en gevoelsmatig. AI helpt ons sneller te werken en meer opties te verkennen. Het mag nooit ten koste gaan van echtheid, nuance en vertrouwen.

1.2 We kiezen voor transparantie en kwaliteit boven snel scoren.

2. ONZE TOOLS

2.1 We werken onder meer met AI-tools voor:

- tekst en onderzoek;
- beeld en video;
- ideeën en concepten;
- websites en online tools;
- automatisering (n8n, waarmee we vaste werkstappen laten aansluiten op AI);
- opname en verslag van gesprekken.

2.2 Tools wisselen geregeld. Welke we op dit moment gebruiken, staat op onze actuele lijst met tools en dienstverleners op burofrankly.nl. Onze directie bepaalt welke tools we gebruiken.

3. WAARVOOR WE AI GEBRUIKEN

3.1 We gebruiken AI vooral voor tempo, variatie en scherpte. Niet om werk te vervangen, maar om sneller tot betere keuzes te komen. Voorbeelden per dienst:

3.2 **Advertising** (Meta, Google Ads, LinkedIn, TikTok):

- variaties voor advertentieteksten, zoals koppen, openingszinnen (hooks) en oproepen tot actie (CTA's), op basis van een briefing;
- sneller sparren over invalshoeken en creatieve concepten.

3.3 **Strategie:**

- input structureren: doelgroepen, concurrenten en richtingen voor de propositie (wat je belooft aan je klant);
- eerste opzetten van plannen, die we daarna zelf aanscherpen.

3.4 **Social media:**

- ideeën en formats voor content;
- conceptteksten en varianten van posts, altijd herschreven naar de tone of voice (de vaste toon) van het merk.

3.5 **Branding:**

- eerste aanzetten voor een merkverhaal en tone of voice, nooit op de automatische piloot;
- richtingen verkennen met moodboards (sfeercollages). Logo's en andere merkonderdelen ontwerpen we zelf.

3.6 **Copywriting** (SEO, nieuwsbrieven, blogs):

- opbouw van teksten en invalshoeken voor SEO (gevonden worden in Google);
- concepten en herschrijfsuggesties. De eindversie is altijd door een mens geredigeerd;
- samenvattingen van aangeleverde bronstukken.

3.7 **Websites en online tools:**

- paginastructuren, varianten van knoppen en teksten, wireframes (schetsen van de opbouw van een pagina), titels en omschrijvingen voor Google;
- prototypes en online tools bouwen met Lovable, die we zelf testen en controleren.

3.8 **Frankly AI** (agents en automatisering):

- AI-agents (AI-assistenten die zelfstandig een taak uitvoeren) en geautomatiseerde workflows voor onszelf en voor klanten;
- altijd met een mens die de uitkomst controleert voordat er iets naar buiten gaat (human in the loop).

3.9 **Intern:**

- checklists, sjablonen en interne samenvattingen;
- controles op merktoon en volledigheid;
- inspiratie en nieuwe ideeën.

4. WAT WE NIET DOEN

4.1 Om duidelijk te zijn, dit doen we niet:

- volledig geautomatiseerde beslissingen met juridische of andere grote gevolgen, zonder mens;
- misleiding, manipulatieve content of deepfakes (realistische nepbeelden, -video's of -stemmen) met misleidende bedoelingen;
- nep-reviews, nep-testimonials of verzonnen ervaringen die we laten doorgaan voor echt;
- beelden of stemmen van bestaande personen namaken met AI zonder hun toestemming;
- alles eruit pompen en live zetten: geen publicatie die 100% AI is zonder menselijke redactie.

5. HUMAN IN THE LOOP: ER KIJKT ALTIJD EEN MENS MEE

5.1 AI kan fouten maken, dingen verzinnen of nuance missen. Daarom is onze standaard: alles wat naar buiten gaat (tekst, beeld, claims, campagnes) wordt door een van onze mensen gecontroleerd en aangepast.

5.2 We controleren feiten, toon, context, vooroordelen, stereotypen en wetgeving. Ook kijken we of het bij het merk past.

5.3 We vermijden een algemene AI-stijl en schrijven en ontwerpen naar jouw merkstem.

5.4 Blogs die we met automatisering voorbereiden, komen als concept binnen. Een van onze mensen leest, verbetert en publiceert ze.

6. WAT DE AI-VERORDENING VAN ONS VRAAGT

6.1 Sinds 2024 geldt de Europese AI-verordening (ook wel AI Act), de Europese wet voor AI. We volgen die regels en houden de ontwikkelingen bij.

6.2 **AI-geletterdheid.** Iedereen die bij ons met AI werkt, krijgt uitleg over hoe de tools werken, wat de risico's zijn en hoe je fouten herkent.

6.3 **Herkenbare AI-beelden.** Sinds 2 augustus 2026 moeten deepfakes herkenbaar zijn. Maken we met AI realistisch beeld, video of geluid van bestaande personen, plaatsen of gebeurtenissen, dan maken we zichtbaar dat dit met AI is gemaakt, bijvoorbeeld met de tekst “Gemaakt met AI”. Ook volgen we de labelregels van platforms als Meta, TikTok en YouTube.

6.4 **AI-teksten.** Teksten die met hulp van AI zijn gemaakt, worden bij ons altijd door een mens gecontroleerd en we dragen er de verantwoordelijkheid voor. Daarom hoeven die teksten volgens de AI-verordening geen AI-label te krijgen.

6.5 **Chatfuncties.** Praat je op onze website of op de website van een klant met een AI-chatfunctie, dan maken we duidelijk dat je met AI praat.

7. JE GEGEVENS EN AI

7.1 We stoppen geen onnodige of gevoelige persoonsgegevens in AI-tools, zoals gezondheidsgegevens, burgerservicenummers (BSN) of wachtwoorden.

7.2 Het gebruik van onze gegevens om AI te trainen zetten we uit waar dat kan. Vertrouwelijke klantinformatie stoppen we alleen in AI-tools als dat nodig is voor de opdracht.

7.3 Hoe we verder met persoonsgegevens omgaan, lees je in onze privacyverklaring op burofrankly.nl.

8. OPNAME EN TRANSCRIPTIE

8.1 Soms helpt een transcriptie (een uitgeschreven versie van een gesprek) bij interviews, briefings of verslagen. Daarom geldt:

8.2 Afspraken bij opnames:

- we nemen gesprekken alleen op of laten ze alleen uitschrijven na voorafgaande toestemming of op jouw uitdrukkelijke verzoek;
- we melden het duidelijk: vooraf en aan het begin van het gesprek;
- we gebruiken de opname of transcriptie alleen voor het afgesproken doel, zoals een interview uitwerken, een verslag of input voor content;
- we bewaren opnames en transcripties maximaal een jaar.

9. AFSPRAKEN MET KLANTEN

9.1 Wil je specifieke afspraken over AI in jouw project, of liever helemaal geen AI voor (een deel van) je opdracht? Laat het ons weten. Dat kan gevolgen hebben voor de planning en de prijs.

9.2 Op werk dat volledig door AI is gemaakt, rust mogelijk geen auteursrecht. Logo's en andere merkonderdelen ontwerpen we daarom zelf. Wat dit betekent voor het gebruik van ons werk, staat in artikel 7 en artikel 11 van onze algemene voorwaarden.

10. WIJZIGINGEN EN CONTACT

10.1 AI verandert snel. We passen dit beleid aan als dat nodig is. De actuele versie staat altijd op burofrankly.nl.

10.2 Vragen over AI in jouw project? Mail naar info@burofrankly.nl, bel +31 6 1372 2035 of kom langs voor een goede bak koffie aan de Schalklaan 16 in Kloetinge.