

Behandelingsvoorstel voor de commissie Bestuur en Middelen

Onderwerp: Nieuwsbrieven

Cie-datum : 8 juli 2002

Cie-nummer: 2002BEM54

Procedure: in GS (na Cie. Vergadering) op:
eerdere behandeling in cie: ja
in PS: nee

inspraak: nee
op: 10 juni 2002
op:

Behandelend ambtenaar: drs. V.M. Steultjens

toestel: 2582317
b.g.g.: 2582222

Samenvatting:

In uw commissie van 10 juni heeft u gevraagd of GS een belangrijk deel van de huidige nieuwsbrieven die de provincie Utrecht uitgeeft kan integreren in de door GS gewenste nieuwe corporate nieuwsbrief. U wilt daarbij ook inzicht krijgen in mogelijke efficiencyvoordelen. Beantwoording van deze verzoeken heeft u gekoppeld aan het definitieve advies dat u geeft over de aanvraag die bij de Kadernota 2003 gedaan is voor een nieuwe corporate nieuwsbrief met kwartaalbijlage (zie beleidstaak 1.1 Algemeen Bestuur, project 5, Relatiecommunicatie).

In uw commissievergadering van 21 januari heeft u positief geadviseerd over de communicatiepijler positionering en profilering. In deze pijler is vastgelegd dat GS zich in hun communicatie sterker gaan richten op hun prioritaire relaties: (samenwerkingsverbanden van) gemeenten, specifieke belangenorganisaties en waterschappen en daarbij de integrale aanpak van problemen en de interactieve werkwijze verder zullen versterken.

Vanuit deze ambities en met de wens om daarbij efficiënt te werk te gaan, komen GS tot het volgende voorstel:

- GS integreren in eerste instantie ongeveer de helft van de externe nieuwsbrieven van de provincie Utrecht in een nieuwe corporate nieuwsbrief. Dit levert structureel een efficiency op van minimaal €45.000. Komende maanden zal worden bekeken in hoeverre nog meer nieuwsbrieven kunnen worden geïntegreerd.
- GS bezuinigen eenmalig een bedrag van, incidenteel €64.000 op het budget voor dit jaar van de corporate nieuwsbrief. De meerkosten voor de communicatiemanager a.i., zoals opgevoerd in de bestuursrapportage 1/2002, dekken GS dan uit deze eenmalige bezuiniging.

Wordt geagendeerd:

om advies over de volgende vraag (vragen):

- 1) Adviseert de commissie positief over de integratie van de helft van de externe nieuwsbrieven in de nieuwe corporate nieuwsbrief komend najaar (korte termijn) en het verder bekijken van de mogelijkheden voor integratie van externe nieuwsbrieven op de middenlange termijn?
- 1) Adviseert de commissie positief over het structurele efficiencyvoordeel van minimaal €45.000 op jaarbasis door het wegvallen van nieuwsbrieven door de integratie?
- 3) Adviseert de commissie positief over de dekking van de €64.000 (kosten communicatiemanager a.i. uit bestuursrapportage 1/2002) uit het budget voor de corporate nieuwsbrief voor dit jaar?

- 1) Adviseert de commissie positief over de kadernota 2003 aanvraag (beleidstaak 1.1 Algemeen Bestuur, project 5, relatiecommunicatie) voor de nieuwe corporate nieuwsbrief met kwartaalbijlage? GS verlagen de aanvraag van €226.900 met €45.000 (efficiencyvoordeel integratie nieuwsbrieven). De aanvraag komt dan uit op €181.900 (per jaar voor de periode 2003 – 2005).

Advies 'Nieuwsbrieven'

Integreren met visie

Eenheid Concerncommunicatie

Drs. V.M. Steultjens

25 juni 2002

1. *Aanvraag advies*

In de commissie Bestuur en Middelen van 10 juni is aan GS gevraagd om een belangrijk deel van de huidige nieuwsbrieven die de provincie Utrecht uitgeeft te integreren in de door GS gewenste nieuwe corporate nieuwsbrief. De commissie wil daarbij ook inzicht krijgen in mogelijke efficiencyvoordelen. Beantwoording van deze verzoeken heeft de commissie gekoppeld aan het definitieve advies dat ze geeft over de aanvraag die bij de Kadernota 2003 gedaan is voor een nieuwe corporate nieuwsbrief met kwartaalbijlage (zie beleidstaak 1.1 Algemeen Bestuur, project 5, Relatiecommunicatie).

De staten hebben inmiddels in hun vergadering van 17 juni gevraagd of €64.000 bezuinigd kan worden op de externe nieuwsbrieven. Dit om in ieder geval éénmalig de extra kosten voor de interim manager communicatie, zoals opgevoerd in de bestuursrapportage, te betalen.

De adviesvraag luidt dus als volgt: welke nieuwsbrieven zijn te integreren met het voorgenomen nieuwe corporate periodiek (nieuwsbrief met kwartaalbijlage) met het oog op het effectiever communiceren met onze doelgroepen en een efficiëntere bedrijfsvoering daarbij.

De discussie spitst zich daarbij toe op de periodieken die wij voor externe relaties maken (stakeholders). Die staan in dit advies dan ook centraal.

2. *Pijler positionering en profilering*

In de vastgestelde pijler positionering en profilering is vastgelegd dat de provincie zicht sterker moet richten op haar prioritaire relaties: (samenwerkingsverbanden van) gemeenten, specifieke belangenorganisaties en waterschappen. Met het vaststellen van die prioritering moet ook op het niveau van communicatiemiddelen een herweging plaats vinden die het mogelijk maakt een sterker accent te leggen bij die prioritaire relaties. Dat betekent een extra investering richting die relaties. Die extra investeringen kun je realiseren door een efficiëntere inzet van communicatiemiddelen, extra middelen boven op de huidige of het verschuiven van middelen van minder belangrijke relaties naar de prioritaire groepen.

Uit de externe toets van de positioneringsanalyse komt een helder beeld naar voren hoe professionele relaties over onze organisatie, het ambtelijk apparaat en gedeputeerde staten oordelen. Er is bij stakeholders duidelijk behoefte aan de verbindende rol van de provincie, de betrokkenheid en ambities van collegeleden worden gewaardeerd en men vindt dat er merkbare verbeteringen zijn in het optreden de afgelopen periode. Relaties melden echter ook dat ze last hebben van de verkokering in onze organisatie, gebrek aan visie en integraliteit ervaren en nog te vaak een regenteske opstelling tegenkomen.

3. *Communicatiedoelen*

Ons communicatiebeleid kent op hoofdlijnen drie soorten doelen:

- Communicatie over beleid, waarbij we doelgroepen informeren over beleid, uitvoeringsbeslissingen en relevante regelgeving.
- Communicatie als beleid, waarbij we met communicatie verandering in gedrag bij doelgroepen willen realiseren, en
- Communicatie voor beleid, waarbij we communiceren om met de omgeving tot effectief beleid te komen.

Een vierde, afgeleid doel, is de mate waarin anderen (m.n. stakeholders) de provincie Utrecht zien als een verbindend en presterend bestuur dat maatschappelijke problemen integraal en in overleg met de omgeving aanpakt.

4. Bijdrage nieuwsbrieven (periodieken)

Eigen schriftelijke communicatiemiddelen hebben dan vooral de volgende twee functies:

- Het informeren van relaties over feitelijke voortgang in projecten, de aard van regelingen of de toestand van of in gebieden. (Heeft vooral betrekking op het eerste hoofddoel)
- Het agenderen van maatschappelijke issues en het bevorderen van opinievorming. (Om het derde hoofddoel te helpen bevorderen)

Met het uitbrengen van een nieuwe corporate nieuwsbrief met kwartaalbijlage willen GS een impuls geven aan het informeren en motiveren van prioritaire relaties en de opinievorming rond belangrijke vraagstukken bevorderen. Het stimuleren van een integrale benadering en interactieve werkwijze staat daarbij centraal.

5. Criteria

Op basis van de hiervoor beschreven overwegingen kunnen de volgende, belangrijkste criteria voor de gevraagde afweging, integratie van nieuwsbrieven, gebruikt worden:

- Als de hoofdmoot van de doelgroep van een periodiek valt binnen de groep prioritaire relaties is integratie aan te raden.
- Als de thematiek van een nieuwsbrief voor de provincie altijd of meestal in samenhang met andere thematieken benaderd zou moeten worden (integrale benadering) is integratie aan te raden.
- Als de doelgroep van een betreffend periodiek zelf het belang inziet van het integraal benaderen van de besproken thematiek en daar ook de meerwaarde van de provincie verwacht is integratie aan te raden.

6. Weging nieuwsbrieven

6.1. Categorieën

De provincie Utrecht heeft op dit moment vijf categorieën periodieken: corporate periodieken, nieuwsbrieven voor externe relaties, nieuwsbrieven van samenwerkingsrelaties waarin de provincie Utrecht participeert, interne nieuwsbrieven en periodieken voor publieksgroepen. Per categorie volgt hieronder een advies:

Corporate periodieken

Het gaat hier op dit moment alleen om Proviand (twee wekelijkse nieuwsbrief voor externe relaties). Met het blad PM (in samenwerking met Rijkswaterstaat directie Utrecht) zijn we gestopt. Bij de Kadernota 2003 is een bedrag aangevraagd van €226.900 voor de productie van een tweewekelijkse nieuwsbrief met kwartaalbijlage en het aanbrengen van een relatie met internet. Proviand verdwijnt met de komst van de nieuwe corporate nieuwsbrief.

Nieuwsbrieven provincie Utrecht voor externe relaties

Zeker de helft van deze nieuwsbrieven kan geïntegreerd worden in het nieuwe corporate periodiek. De te integreren bladen richten zich in ieder geval op bestuurders, leidinggevend kader en beleidsadviseurs bij gemeenten en waterschappen en belangenorganisaties op de betreffende beleidsterreinen. Bij de betreffende beleidsterreinen gaat het vaak om vraagstukken die een integrale benadering vragen, denk daarbij bijvoorbeeld aan de relatie tussen mobiliteit en milieu, tussen economische zaken en ruimtelijke ordening of waterhuishouding en natuurontwikkeling. Uit de positioneringsanalyse blijkt dat deze prioritaire externe relaties juist om een sterkere integrale benadering van de provincie vragen.

Voor de specifiekere externe nieuwsbrieven waarbij op het eerste gezicht integratie niet meteen logisch is dient nog zorgvuldiger gekeken te worden naar de mogelijkheden voor integratie.

Nieuwsbrieven van samenwerkingsrelaties

Deze periodieken worden uitgegeven door collectieven waarin de provincie Utrecht deelneemt. Afspraken die daarbij gemaakt zijn kan de provincie Utrecht niet binnen een korte termijn veranderen, los van de vraag of veranderingen ten goede komen aan de effectiviteit van onze communicatie. Het is wel aan te bevelen om de investering die de provincie in deze categorie doet af te zetten tegen wat we op corporate niveau willen bereiken. GS stellen voor om dat op een later moment op een zorgvuldige manier te doen (bijvoorbeeld komend najaar).

Interne nieuwsbrieven

De functie van interne nieuwsbrieven kan overgenomen worden door het verbeteren van het personeelsblad Pyloon en het nieuwe intranet. Voorwaarde is dat dit nieuwe intranet goed functioneert (centraal en binnen de diensten) en dat de redactieformule voor Pyloon wordt verbeterd. Per 1 januari 2003 kunnen de interne nieuwsbrieven getransformeerd zijn in een betere Pyloonformule en naar het nieuwe intranet.

Periodieken voor publieksgroepen

Het gaat in deze categorie nu alleen om de Wegenkrant. Deze richt zich specifiek op om- en aanwonenden van provinciale wegen. Integratie in een corporate nieuwsbrief voor stakeholders is onzin.

6.2. Integreren

Vijf van de tien externe nieuwsbrieven kunnen geïntegreerd worden in de nieuwe corporate nieuwsbrief met bijlage. Daarbij is het essentieel dat heldere afspraken gemaakt worden hoe de corporate nieuwsbrief de functies van deze nieuwsbrieven over gaat nemen. Daar is verder overleg voor nodig. Daarbij moet ook rekening gehouden worden met verplichtingen die voor deze vijf nieuwsbrieven zijn aangegaan. Het kan hier gaan om al gemaakte en betaalde voordrukken of contracten met externe bureaus.

De strategische plannen en de Agenda 2010 zullen een belangrijke plaats krijgen in de nieuwe corporate nieuwsbrief. Het is niet verstandig om voor deze plannen en projecten nieuwe nieuwsbrieven of periodieken te gaan ontwikkelen. Bij een eventueel gebrek aan een goed corporate periodiek is echter niet te ontkomen aan (nieuwe) nieuwsbrieven op deelterreinen. Schriftelijke informatieve en opiniërende communicatie naar relaties is immers onontbeerlijk voor het ondersteunen van de integrale en interactieve werkwijze van de provincie Utrecht.

7. Conclusies advies

- 1) Integreer ongeveer de helft van de externe nieuwsbrieven op korte termijn (najaar) in een nieuw corporate periodiek. Onderzoek voor de overigen of integratie op middenlange termijn nuttig en mogelijk is.
- 2) Laat de interne nieuwsbrieven per 1 januari 2003 opgaan in een verbeterd personeelsblad en het nieuwe intranet.
- 3) Betaal de meerkosten ad €64.000 voor de interim-manager communicatie, zoals vermeld in de bestuursrapportage 1/2002, uit het budget van 2002 voor de nieuwe corporate nieuwsbrief
- 4) Verlaag de kadernota-aanvraag (project 5, beleidstaak 1.1) voor de nieuwe corporate nieuwsbrief met kwartaalbijlage met €45.000 (minimaal efficiencyvoordeel integratie externe nieuwsbrieven op korte termijn) van €226.900 naar €181.900.