

Behandelingsvoorstel voor de commissie BEM

Onderwerp: communicatiebeleid

Cie-datum : 26 april

Cie-nummer: 2004BEM41

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

inspraak: neen
op: 26 januari 2004
op:

Initiatiefnemers: Raven / Bos
Portefeuillehouder: Kamp

toestel:

Inleiding

In uw vergadering van 26 januari j.l. heeft u uitgebreid stilgestaan bij het communicatiebeleid.

Aan het slot van de commissievergadering is afgesproken een brainstormbijeenkomst over de toekomst van het communicatiebeleid te houden. Ten behoeve van deze bijeenkomst is door mevrouw Raven, lid van uw commissie, en de voorzitter van uw commissie een notitie opgesteld die u bijgevoegd aantreft.

Kort samengevat onderscheidt de notitie drie pijlers in het communicatiebeleid: externe communicatie (waarbij de publiekscommunicatie en de mediacommunicatie zijn samengevoegd), interne communicatie en Public Relations.

Aan de notitie is eveneens ter orientatie toegevoegd een opsomming van producten, middelen en personeel.

Vervolg inleiding op pagina 2 neen

Wordt geagendeerd:

X om advies over de volgende vraag (vragen):

1. Kan worden ingestemd met samenvoeging van de publieks- en mediacommunicatie tot externe communicatie
2. Kan worden ingestemd met het in de notitie weergegeven beleid m.b.t. interne communicatie
3. GS te verzoeken een visie te geven op de in de notitie weergegeven zienswijze m.b.t. relatiecommunicatie en zo GS zich daarin kan vinden deze vast te leggen in een statement en deze ter bespreking voor te leggen aan de commissie
4. GS te verzoeken inzicht te geven in alle periodieke en incidentele eindproducten die achtereenvolgens de pijlers: externe communicatie, interne communicatie en Publiek Relations omvat, zodat de commissie zich daarover kan uitspreken

Beoogd effect

Heldere en samenhangende communicatie

Argumenten

Op dit moment is er sprake van een te grote versnippering van beleid en te weinig samenhang tussen de producten

Realisatie

Op korte termijn

Bijlagen

Notitie “aanzet tot nadere precisering van en Kaderstelling voor het communicatiebeleid van de provincie Utrecht “.

AANZET TOT NADERE PRECISERING VAN en KADERSTELLING VOOR HET COMMUNICATIEBELEID VAN DE PROVINCIE UTRECHT

In de commissie BEM van 26 januari is uitvoerig gesproken over het communicatiebeleid aan de hand van BEM 05. Zie het verslag van deze vergadering. Aan het slot van de bijeenkomst heeft de heer van der Groep een voorstel gedaan om een brainstormbijeenkomst over de toekomst van het communicatiebeleid te houden. Daarmee heeft de commissie ingestemd. Aangezien mevrouw Raven zich liet ontvallen dat het formuleren van communicatiebeleid niet veel moeite zou kosten, eventueel met behulp van een buitenstaander, heeft uw voorzitter contact gezocht met mevrouw Raven. Uit dat gesprek is bijgaande gezamenlijke notitie geboren.

Wij hebben daarbij ruimschoots gebruik gemaakt van de genoemde stukken en hopen dat met behulp van deze notitie definitieve stappen kunnen worden gezet om meer 'grip' te krijgen op het communicatiebeleid en een einde te brengen aan, wat door de heer Bijkerk is aangeduid als overvloed en onbehagen.

Wij verzoeken u de notitie te bespreken en daarover te besluiten.

Uitgangspunten

1. De commissie BEM ziet geen principieel onderscheid tussen de pijlers Publiekscommunicatie en Mediacommunicatie. Media zijn middelen om het publiek, of specifieke doelgroepen, te bereiken. Communicatie met de media staat altijd in dienst daarvan en nooit op zichzelf. Vanzelfsprekend moet er wel beleid worden geformuleerd hoe de media te bereiken en moet het netwerk ontwikkeld zijn. Er moeten databases zijn met gegevens etc. Dat neemt echter niet weg dat beide pijlers in elkaars verlengde liggen. De naam van deze nieuwe pijler doet er niet zoveel toe, wellicht dat het begrip **externe communicatie** de lading dekt.
Kaderstelling:
 - a. PS vinden dat beide pijlers kunnen worden samengevoegd.
 - b. Zij vraagt GS inzicht te geven in alle periodieke en incidentele eindproducten die deze pijler omvat zodat de commissie zich over de noodzaak daarvan kan uitspreken.
2. **Interne communicatie** kan als pijler worden gehandhaafd. Wij onderschrijven de visie op interne communicatie zoals die in de verschillende stukken tot ons komt. (2.1.) Interne communicatie loopt primair via de lijnorganisatie, media zijn aanvullend, (2.2.) Aanvullend is het Intranet (Atrium) daartoe het eerste aangewezen middel, (2.3.) Voor zover noodzakelijk is er een schriftelijk medium in de vorm van een tweewekelijkse nieuwsbrief voor alle medewerkers op hun thuisadres, Pyloon, het personeelsblad, vervalt. Daarnaast ontvangen alle medewerkers de nieuwe provinciale nieuwsbrief.
 - a. PS besluiten tot voorgaand beleid m.b.t. interne communicatie.
 - b. PS vragen GS inzicht te geven in alle periodieke en incidentele eindproducten met betrekking tot interne communicatie zodat de commissie zich daarover kan uitspreken.
3. Met betrekking tot het begrip Relatiecommunicatie zijn wij van mening dat het hebben van goede relaties met diverse belanghebbenden geen doel op zich is. Je gaat relaties met iemand aan omdat je iets van iemand wilt hebben of iemand wilt overtuigen van jouw gelijk. Kortom het gaat hier naar de mening van de commissie om **Public Relations**. In deze pijler wordt het product Provincie Utrecht in al zijn schakeringen 'verkocht'.
 - a. Wij vragen GS de visie op deze zienswijze, indien zij zich daarin kunnen vinden, deze neer te leggen in een statement waarin de visie op de PR van de provincie is verwoord en deze aan de commissie voor te leggen.
 - b. We verzoeken GS ons inzicht te geven in alle periodieke en incidentele eindproducten met betrekking tot Public Relations en deze voor te leggen aan de commissie, zodat deze zich daarover kan uitspreken.

Tot slot vindt u hierna ter oriëntatie een opsomming van producten, middelen en personeel, opgemaakt vanuit de notitie BEM 05 waarbij de pijlers Publieks- en Mediacommunicatie zijn samengevoegd.

PRODUCTEN	MIDDELEN (afgerond)	PERSONEEL (fte)
<i>EXTERNE COMMUNICATIE</i>		
<i>v/h Publiekscommunicatie en Medi communicatie</i>		
Jaarbeeld))
Webhosting))
Statenverkiezingen (incidenteel)	369.000	2.4
Flyers, brochures, voorlichtingsbrieven en –bijeenkomsten,))
advertenties, stickers, etc))
incidenteel o.a. SMPU	122.000	5
Persconferenties, persberichten))
Interviews, woordvoering	0	0.8
Persconferenties, persberichten))
Interviews, advisering))
gedeputeerden	0	2.7
<i>PUBLIC RELATIONS</i>		
<i>v/h Relatiecommunicatie</i>		
Nieuwjaarsmuziekfeest))
Relatiegeschenken))
Provincienieuws, brief en magazine (NB Magazine wordt opgeheven)	319.000	2.8
Drukkosten, organisatiekosten))
Overleg met organisaties,))
Incidenteel o.a. t.b.v. het ‘Wel))
Thuis-programma	85.000	0.7
<i>INTERNE COMMUNICATIE</i>		
Drukwerk, foto’s))
Pyloon, personeelsblad))
Tijdelijk personeel))
Incidentele brochures,))
Abonnementen, huisstijl	191.000	1.6
Drukkosten, zaalhuur intro))
nw. medewerkers en staten-))
leden, dienstbijeenkomsten	34.500	1.3
LEIDING EN SECRETARIAAT	0	2.8
TOTAAL	1.120.000	20.1 (= € 1.566.000)
Waarvan incidenteel	819.000	