

## Behandelingsvoorstel voor de commissie Bestuur en Middelen

Onderwerp: Communicatiebeleid 2005 - 2007

Cie-datum : 13 september 2004

Cie-nummer: 2004BEM82

---

<b>Procedure:</b> in GS (na Cie. Vergadering) op:	inspraak: nee
eerdere behandeling in cie: BEM	op: 14 juni 2004
in PS:	op:

---

Behandelend ambtenaar: Copier/Steultjens  
Portefeuillehouder: A. Kamp

toestel: 2317

---

### Inleiding

Met de commissie Bestuur en Middelen (vergadering 14 juni) is afgesproken dat GS met een nader voorstel komen voor de invulling van de communicatie voor de periode 2005 tot en met 2007. De nadruk ligt daarbij op het op structurele basis voortzetten van de communicatie met inwoners van de provincie Utrecht. Onderdeel daarbij is een heroverweging van het Nieuwjaarsmuziekfeest. De commissie Bestuur en Middelen is voorstander van het stoppen met de viering van dit jaarlijkse feest. Op de groslijst voor Kwatta 2 komt het Nieuwjaarsmuziekfeest ook voor als bezuinigingsmogelijkheid (€90.000). Een deel van de commissie voelt er wat voor om in plaats van het Nieuwjaarsmuziekfeest de verjaardag van de provincie (17 mei) te gaan vieren als aandachttrekkend onderdeel in de publiekscommunicatie. Bijgevoegde notitie voor de commissie stelt voor om:

- Voor de periode 2005 tot en met 2007 jaarlijks €385.000 uit te trekken voor publiekscommunicatie voor PS en GS samen en daarbij op basis van de ervaring uit 2003 (verkiezingsjaar) en 2004 een verdeling te hanteren van €100.000 voor PS en €285.00 voor GS.
  - Op unaniem aandringen van de commissie Bestuur en Middelen het Nieuwjaarsmuziekfeest voor het laatst te vieren in januari 2005.
  - Een werkgroep van statenleden en vertegenwoordigers van GS te formeren die, met ambtelijke ondersteuning, een concreet voorstel ontwikkelt voor de viering van de verjaardag van de provincie Utrecht vanaf 17 mei 2006.
  - Structureel door te gaan met een nieuwsbrief voor relaties (PROV) en daarvoor €60.000 per jaar vrij te maken vanaf 2006 (2005 is nog gedekt met incidenteel budget).
- 

Vervolg inleiding op pagina 2: nee

### Wordt geagendeerd:

om advies over de volgende vraag (vragen):

Wij stellen u voor om in uw commissievergadering van 13 september:

1. Aan de staten voor te stellen om bij de begrotingsbehandeling voor 2005 €292.000 voor 2005 en €385.000 per jaar voor 2006 en 2007 te reserveren voor het structureel voortzetten van de publiekscommunicatie in die jaren, voor GS en PS samen.
2. Te besluiten van uit uw midden een werkgroep in te stellen die een voorstel ontwikkelen voor de viering van de verjaardag van de provincie Utrecht (vanaf 17 mei 2006) als alternatief voor het huidige Nieuwjaarsmuziekfeest. Het huidige structurele budget voor het Nieuwjaarsmuziekfeest te handhaven tot dat over het alternatieve voorstel besloten is en de werkgroep te vragen uiterlijk in juni 2005 een voorstel voor besluitvorming aan te bieden.
3. Te besluiten de portefeuillehouder communicatie namens GS deel uit te laten maken van deze werkgroep.
4. De staten te adviseren €60.000 te reserveren vanaf 2006 voor het op structurele basis voort zetten van de nieuwsbrief PROV voor onze professionele relaties.

### **Beoogd effect**

Via een meer structurele communicatie met inwoners is het met de uitvoering van het onderhavige voorstel mogelijk om met ongeveer 40% van deze doelgroep een relatie op te bouwen en hen in toenemende mate de relevantie van de provincie Utrecht te laten ervaren.

Met het voortzetten van nieuwsbrief PROV behouden onze professionele relaties een gewaardeerd informatiemedium waarmee ze de inspanningen van de provincie Utrecht in samenhang kunnen volgen. Met het digitaal aanbieden van de nieuwsbrief wordt voor hen tevens een laagdrempelige mogelijkheid geboden om gemakkelijk toegang te krijgen tot de informatie op onze internet site.

### **Argumenten**

De provincie Utrecht investeert de komende jaren fors in de Utrechtse samenleving. Het coalitieakkoord geeft daarbij de richting aan, het stimuleringsfonds geeft extra, éénmalige en forse financiële injecties en Agenda 2010 projecten worden de paradepaarden waarmee de provincie laat zien dat ze presteert. Parallel daaraan nemen op belangrijke terreinen de toetsende taken van de provincie af. Maatschappelijke ontwikkelingen zorgen er al jaren voor dat overheden steeds meer vanuit hun overtuigingskracht en verbindende vermogen moeten werken en steeds minder alleen op hun hiërarchische positie terug kunnen vallen. Extra investeringen in de communicatie naar inwoners zijn dan ook onontbeerlijk om de relevantie van onze provinciale overheid zichtbaar te maken en het bestaansrecht blijvend te verankeren.

### **Financiën**

GS stellen voor om:

- € 292.000 af te wegen bij de begroting 2005 voor het voortzetten van de publiekscommunicatie en het, met het afschaffen van het magazine PROV resterende budget van € 93.000 voor 2005 in te zetten voor publiekscommunicatie (samen is dit dan € 385.000).
- € 385.000 per jaar af te wegen voor publiekscommunicatie in 2006 en 2007 (mede met het oog op de statenverkiezingen van 2007).
- € 60.000 per jaar af te wegen vanaf 2006 voor het structureel doorgaan en digitaliseren van nieuwsbrief PROV.

### **Realisatie**

Zie commissievoorstel

### **Bijlagen**

Voorstel aan de commissie Bestuur en Middelen van 13 september 2004: "In dienst van de provinciale democratie"

# In dienst van de provinciale democratie

## 1. Inleiding

De commissie Bestuur en Middelen heeft ons gevraagd in een kort en krachtig statement de visie op het communicatiebeleid voor de komende jaren te formuleren. Dat gebeurt hieronder in paragraaf 2.

Verder is de commissievergadering van 14 juni jongstleden afgesproken dat GS de voorgenomen communicatie met inwoners voor de periode 2005 tot en met 2007 zullen verduidelijken, inclusief een voorstel voor de benodigde activiteiten en financiën. Daarbij komt ook een heroverweging van het Nieuwjaarsmuziekfeest aan de orde. In uw commissievergadering van 24 augustus jongstleden heeft u ons college meegegeven dat wat u betreft in januari 2005 de laatste keer het Nieuwjaarsmuziekfeest wordt gevierd. In het voorstel is wel de viering van de verjaardag van de provincie Utrecht<sup>1</sup> opgenomen.

Doel van deze notitie is dat de staten de plannen voor de komende periode op het terrein van communicatie kunnen beoordelen en de kosten ervan kunnen betrekken in hun afweging bij de begrotingsbehandeling voor 2005.

## 2. Visie op communicatie: in dienst van de provinciale democratie

“Be good and tell it” is een inmiddels klassieke samenvatting van de kern van het communicatiebeleid van vele organisaties. Ook voor de overheid ging het steeds om twee zaken: het juiste beleid ontwikkelen en uitvoeren én er voor zorgen dat alle belanghebbenden weten wat die overheid doet. In het laatste decennium is daar de interactiviteit bij de beleidsontwikkeling aan toegevoegd. “Be good” betekent tegenwoordig niet alleen meer de goede dingen doen, maar het betekent – zeker voor de overheid – ook de goede dingen samen met de juiste partners ontwikkelen. Daarmee kreeg de (overheids)communicatie ook een rol in de fase van de beleidsontwikkeling.

Voor de provincie Utrecht is het niet anders. Het “be good”-deel is het resultaat van een politiek proces onder leiding van gedeputeerde staten, waarbij provinciale staten vooraf kaders stellen, controleren en de kiezer vertegenwoordigen. In Utrecht is dat verwoord in het coalitieakkoord, de daaruit voortvloeiende prioritaire beleidsthema’s en projecten en de rolopvattingen en ambities uit het statenwerkplan. Deze zaken zijn leidend voor het “tell-it”-deel: de verdere concretisering van de communicatie met onze externe doelgroepen.

Bij onze externe doelgroepen maken we op hoofdlijnen onderscheid in inwoners van onze provincie en in onze (professionele) relaties bij (samenwerkingsverbanden van) gemeenten, maatschappelijke instellingen en andere overheden. De media vermelden we apart. Zij vormen voor het communicatiebeleid een aparte doelgroep. Via hen willen we immers (een deel van) de uiteindelijke doelgroepen bereiken.

Een van de belangrijkste ingrediënten van ons democratisch bestel is goed verlopende communicatie, zoals voorzitter Wallage van de Commissie Toekomst Overheidscommunicatie in 2001 zei. Het is belangrijk dat burgers die dat willen, inzicht kunnen krijgen in wat er op (provinciaal) politiek niveau speelt, wanneer en hoe ze daar zelf een rol in kunnen vervullen en wat de resultaten van de overheidsinspanningen zijn. Communicatie in dienst van de provinciale democratie gaat dus uit van een actieve opstelling naar onze inwoners, van maximale openheid bij de politieke besluitvorming, van weloverwogen interactiviteit bij de beleidsontwikkeling, en het steeds verantwoorden van de bereikte resultaten.

Naast de externe communicatie is ook de interne communicatie van groot belang. Zij draagt immers bij aan een gemotiveerde en goed geïnformeerde organisatie die eenduidig en helder naar buiten treedt. Gedeputeerde staten stellen de komende jaren de interne communicatie met name in dienst van de verdere ontwikkeling van een presterende en verbindende provinciale organisatie.

## 3. Externe communicatie met inwoners

Communicatie met en voor inwoners staat dus in dienst van onze provinciale democratie.

Uitgangspunt is het recht van inwoners op de overheidsinformatie waarover de provincie Utrecht beschikt. Voor de provincie Utrecht geeft het coalitieakkoord de maatschappelijke issues die vragen om actieve communicatie. Doel van die communicatie is:

---

<sup>1</sup> Bisschop Arnoud van Horn vroeg zijn Nederstichtse onderdanen in het voorjaar van 1375 om belasting te gaan betalen. Daarvoor in ruil eisten de vertegenwoordigers van de drie standen wel dat hun rechten schriftelijk vastgelegd werden. Op 17 mei 1375 gaf de bisschop vervolgens de Stichtse Landbrief uit. (Zie “Wij en onze opvolgers zullen iedereen recht doen”, Renger de Bruin, Utrecht, 2003)

- Om met inwoners maatschappelijke problemen te (h)erkennen en op basis daarvan te zoeken naar mogelijkheden voor oplossingen (beleidsvoorbereiding)
- De vaststelling van het beleid te verduidelijken en te verantwoorden (democratische legitimatie)
- De uitvoering van het vastgestelde beleid met voldoende draagvlak en betrokkenheid tot een succes te maken (uitvoeren beleid)
- Bij te dragen aan het handhaven en monitoren van het beleid, waarbij beleidsevaluaties aanleiding kunnen zijn tot aanpassing van het beleid.

Samengevat gaat het er om dat de relevantie van de provincie Utrecht voor de maatschappij zichtbaar wordt gemaakt voor onze inwoners. Om invulling te geven aan deze doelstellingen stellen wij het voortzetten en verder verbeteren van de volgende communicatieactiviteiten voor:

### ***Integraal onderdeel beleidsprojecten***

De basis voor de communicatie met inwoners leggen we met de beleidsprojecten. Met diverse gebiedsgerichte projecten, het nieuwe streekplan en projecten uit de Agenda 2010 is hier de laatste jaren al veel opgebouwd. Communicatie bevindt zich daarbij dan ook steeds meer in het hart van het beleid. Die trend zetten we ook deze collegeperiode graag met u voort. Volgens de afspraken kunnen de staten ook steeds bij de start van deze belangrijke projecten beoordelen of de communicatie met betrokken inwoners een voldoende integraal onderdeel is van het geheel. Deze communicatie wordt ook begroot binnen deze projecten. Ook daarover kunt u dus op de betreffende momenten uw oordeel uitspreken, waarbij we er naar streven heldere afspraken te maken over de rol die provinciale en gedeputeerde staten hebben in de communicatie in de verschillende fasen van deze projecten.

### ***Mediabemiddeling***

In de periode dat er politieke besluitvorming plaats vindt (van GS en PS) willen we zo veel als mogelijk aanwezig zijn in de media. Mediabemiddeling is daarbij het uitgangspunt. Het betekent het aanleveren van korte, heldere persberichten (zoals te doen gebruikelijk) en een intensivering van het journalisten attent maken op belangrijke momenten in de politieke besluitvorming. Ook willen we veel vaker dan in het verleden kant-en-klare artikelen aanbieden aan de huis-aan-huiskranten. Werkoverleg tussen de communicatiedeskundigen van GS en PS zal een effectieve verdeling in het aanbod en een juiste rolverdeling in de communicatie van PS en GS garanderen. Voor de huis-aan-huisbladen geldt wel dat er aanmerkelijk meer redactionele artikelen geaccepteerd zullen worden als er een package deal gesloten kan worden met de commerciële bazen van Wegener en de andere relevante uitgeverijen.

### ***Redactionele ruimte***

In het resterende deel van deze collegeperiode willen we – als prestatie-indicator- ongeveer 40% van onze inwoners bereiken met onze publiekscommunicatie en zodoende een sterkere band met hen opbouwen. Uit eerdere onderzoeken, meest recent nog die naar de communicatie bij de statenverkiezingen, weten we dat deze makkelijk te interesseren inwoners via regionale media te bereiken zijn. Om dat te laten slagen is het nodig om ook redactionele ruimte in de huis-aan-huisbladen in te kopen (vergelijkbaar met gemeentepagina's) en met RTV Utrecht afspraken te maken over coproducties (TV en radio).

### ***Internet***

Onze site [www.provincie-utrecht.nl](http://www.provincie-utrecht.nl) groeit steeds verder uit tot een overzichtelijke en toegankelijke informatiebron. Onze professionele relaties en journalisten waarderen dit zeer. Ook steeds meer inwoners maken gebruik van de website. Dit najaar zal onder andere een volgende slag gemaakt worden door alle informatie over milieuvergunningen en gedoogsituaties via de website aan te bieden. De landelijke introductie van de provinciale productencatalogus zal in die periode de toegankelijkheid verder versterken.

### ***Onderzoek***

Zoals de afgelopen jaren gebruikelijk was zullen wij ook de komende periode onderzoek laten doen naar de effecten van de publiekscommunicatie. Wij zijn voornemens dit nauw aan te laten sluiten bij de coalitiemonitor, het instrument waarmee wij zowel de feitelijke voortgang van het coalitieakkoord willen nagaan als de perceptie op onze prestaties bij relaties en doelgroepen. De effecten van de communicatie willen wij één maal per jaar meten onder een representatief deel van onze inwoners. Daarbij zal de nieuwe sector communicatie ook zorg dragen voor het monitoren van de effecten van de mediabemiddeling.

### ***Kosten publiekscommunicatie***

In onderstaande tabel vindt u een begroting voor de bovengenoemde activiteiten voor de publiekscommunicatie. Wij achten het acceptabel om met u ongeveer 1,5% van het geld dat wij nieuw investeren met het coalitieakkoord in te zetten voor een structurele communicatie met onze inwoners. In het algemeen laten mensen zich niet meer zaken opleggen: overtuigingskracht is nodig. Net als andere overheidslagen zal de provincie het moeten hebben van haar overtuigingskracht en verbindende vermogen. Investeren in onze communicatie is daarbij onontbeerlijk.

*Tabel 3.1 Begroting jaarlijkse kosten basiscommunicatie inwoners*

<b>Communicatieactiviteit</b>	<b>Kosten per jaar</b>
Mediabemiddeling	€ 30.000
Provincierubrieken in h-a-hbladen	€200.000 (20 keer een betaalde rubriek á raison van 10.000)
Coproducties RTV Utrecht	€ 80.000 (4 producties gericht op het zichtbaar maken van het provinciale bestuur, het beleid en de uitvoering)
Onderzoek	€ 35.000 (publieksonderzoek om na te gaan of de prestatie-indicator is gehaald)
<b>Totaal</b>	<b>€385.000</b>

- Mediabemiddeling is een kerntaak van de communicatieadviseur van de statengriffie en van de adviseurs van GS. Voor de gewenste intensivering van deze mediabemiddeling zal op een flexibele basis aanvullende capaciteit ingehuurd worden, met name voor de productie van kant en klare huis-aan-huisartikelen.
- Provincierubrieken zijn in onze ogen nodig om het bereik van de communicatie met inwoners te vergroten. Uit onderzoek uit de voorgaande jaren (meest recent naar de communicatie bij de statenverkiezingen van 2003) weten we dat we via de persvoorlichting zo'n 10% van onze inwoners bereiken. Met aanvullende provincierubrieken is 40% haalbaar met de in deze notitie gevraagde investeringen. Bovendien zal het rendement van de mediabemiddeling, zoals hiervoor aangegeven, hoger worden. Indien gewenst is hier bovendien nog een efficiency winst te boeken als bekendmakingen van PS waar mogelijk geïntegreerd worden in de provincierubriek.
- Coproducties met RTV Utrecht zijn een waardevol middel die de mediamix completeren, zowel op basis van de inhoudelijke kwaliteiten van de regionale radio en tv als het aanvullende (en groeiende) bereik dat er mee te realiseren valt.
- Onderzoek is essentieel om de effecten van de communicatie met inwoners vast te kunnen stellen en de staten en GS de mogelijkheid te geven bij te sturen op basis van vastgestelde feiten. Deze kunnen dan immers afgezet worden tegen de oorspronkelijke doelen en bijbehorende prestatie-indicatoren. Voor het genoemde bedrag is jaarlijks een representatieve steekproef van de Utrechtse bevolking te bevragen en kan ook tussentijds een panel van inwoners geraadpleegd worden via internet.

### ***Organisatie van de publiekscommunicatie***

Conform uw beslissing van 14 juni jongstleden zal het streekplanproces met heldere communicatie naar inwoners worden afgerond. Inmiddels zijn daarover namens ons afspraken gemaakt met de voorzitter van de commissie Ruimte en Groen en zal het concrete plan voor deze communicatie zeer binnenkort besproken worden met uw procedurewerkgroep voor het streekplan.

Wij stellen u voor om ook voor 2005 en verder een vergelijkbare pragmatische afstemming en samenwerking te hanteren. Wij kunnen u, indien gewenst, begin 2005 informeren over de prioritaire projecten die wij in 2005 leidend willen laten zijn voor de communicatie met inwoners. Begin 2006 kunnen we u dan informeren over het communicatieprogramma voor 2006 en de resultaten over 2005.

Afhankelijk van de prioritaire projecten van het betreffende jaar en de vastgestelde rolverdeling tussen PS en GS daarbij kunnen we dan afspraken maken over het vormen van een klankbordgroep uit uw midden en mogelijke uitvoeringsbesluiten voor de communicatie waar u als staten in een bepaalde fase van projecten het voortouw

heeft. Wij stellen voor dat het jaarlijkse programma voorbereid wordt in samenwerking tussen de statengriffie en de dit najaar nieuw te vormen centrale afdeling communicatie.

#### **4. De plaats van het Nieuwjaarsmuziekfeest en alternatieven**

Het Nieuwjaarsmuziekfeest is vanaf 1990 georganiseerd met de bedoeling twee heel verschillende doelgroepen te bedienen: de (professionele) relaties en de inwoners van de provincie.

In de commissie Bestuur en Middelen van 14 juni is gesuggereerd om het Nieuwjaarsmuziekfeest in te ruilen voor het vieren van de verjaardag van de provincie, zoals al eerder geopperd door de CU-fractie in provinciale staten. In uw commissie van 23 augustus jongsleden heeft u aangegeven dat, wat u betreft, de viering van januari 2005 de laatste is.

Het college kan zich heel goed voorstellen - juist in deze tijd van het dualisme - dat het de tijd en moeite waard is om een nader onderzoek te doen naar de mogelijkheden om op de historische datum van 17 mei een evenement te organiseren waarbij de rol en de taken van provinciale staten centraal staan. Naar ons idee hoeft de viering van deze verjaardag niet per se een hele strakke formule te hebben. Zij zou op wisselende plaatsen in de provincie plaats kunnen vinden, waarbij het bestuur naar de inwoners toe gaat. Daarbij kan een bepaalde sector of een bepaald gebied in het zonnetje worden gezet. Daarbij is het belangrijk dat de gekozen formule de eerste jaren interessant is voor de media. Voldoende publicitaire uitstraling is belangrijk om meer dan alleen de aanwezigen op de verjaardag te bereiken.

Over vorm en inhoud dient dus goed nagedacht te worden, omdat het provinciaal bestuur nu eenmaal geen natuurlijke aantrekkingskracht op de interesse van grote groepen mensen heeft.

Wij stellen daarom voor om in een kleine werkgroep van statenleden en communicatiedeskundigen eerst de voor- en nadelen van diverse vormen voor een dergelijk evenement te wegen. Op die wijze is er een concreet voorstel te ontwikkelen waarbij vanuit duidelijke doelstellingen te beoordelen is hoe het vieren van de verjaardag van de provincie Utrecht in de plaats kan komen van het huidige Nieuwjaarsmuziekfeest. Vanuit ons college zal de gedeputeerde Communicatie graag aan de beraadslagingen deelnemen. We gaan er van uit dat voor woensdag 17 mei 2006 een aantrekkelijk middag- en avondprogramma ontwikkeld kan worden.

#### **5. De basis voor communicatie met (professionele) relaties**

Bestuurders en medewerkers van andere overheden en van organisaties waarmee de provincie samenwerkt vormen een aparte doelgroep, onze professionele relaties. We kennen ze vrij goed en hebben regelmatig contact met ze. Per beleidsproject zoeken we dat deel van de doelgroep op dat past in de situatie.

Daarnaast is er als basis een tweewekelijkse nieuwsbrief (PROV), waarin kort, aantrekkelijk en efficiënt de belangrijkste provinciale activiteiten en actualiteiten aan de orde komen. We weten dat deze doelgroep dit schriftelijke medium waardeert, minstens 'scant' en vaak een belangrijk deel leest.

De PROV Nieuwsbrief ontwikkelen we verder als dé informatiebron van de provincie voor deze relaties. Waar meer diepgang nodig is krijgt PROV eenvoudig te produceren *specials*, gewijd aan grotere actuele thema's. Dergelijke themanummers worden gemaakt op initiatief van en voor kosten van de beleidsprojecten. Door het uitgeven van een *special* naast Nieuwsbrief is er meer ruimte voor diepgang en het bieden van een platform voor meningen uit de doelgroep. Tevens is er op deze manier een waarborg dat de integraliteit van de projecten voldoende aandacht krijgt.

Bij het verder ontwikkelen van de Nieuwsbrief als dé schriftelijke informatiebron van de provincie hoort ook het zo veel mogelijk bieden van maatwerk aan de lezer. Als service aan de lezer zal de PROV vanaf november 2004 voortaan ook digitaal aangeboden worden. Met de gedrukte vorm bereiken we nu ruim 4000 geïnteresseerden circa 20 x per jaar. Op jaarbasis is voor de realisering van de nieuwsbrief een bedrag van € 60.000 per jaar nodig. We stellen voor om dit bedrag in de meerjarenbegroting op te nemen voor 2006 en verder. In 2005 is er nog incidenteel dekking voor dit bedrag aanwezig.

#### **6. Interne communicatie: in dienst van de organisatieontwikkeling**

De verdere groei van onze organisatie in de gewenste richting vergt het verder versterken van de communicatie door de leidinggevendenden, de zogenaamde communicatie via de lijn. Resultaten van het in juni uitgevoerde "medewerker-tevredenheidsonderzoek"(MTO) bevestigen de waarde die gehecht wordt aan deze communicatie en laten ook vooruitgang zien ten opzichte van het MTO van twee jaar geleden. Niet alleen bij de advisering over de interne communicatie maar vooral ook vanuit het personeels- en organisatiebeleid vinden hier forse investeringen plaats, onder andere met de invoering van competentie management.

Voor een verdere groei is een dialoog binnen de ambtelijke organisatie maar ook tussen ambtelijke organisatie en bestuur belangrijk. In onze ogen is een kritisch en opbouwend personeelsblad daarvoor de komende jaren onmisbaar.

Atrium, ons intranet, is inmiddels al verworpen tot een onmisbaar intern kennisplatform. Ook de ontwikkeling hiervan zullen we de komende jaren verder volgens planning doorzetten.

## **7. Gevolgen voor de middelen**

De huidige eenheid concerncommunicatie werkte tot nu toe in onze opdracht hoofdzakelijk met incidentele budgetten die bij eerdere kadernota's benoemd zijn voor de basiscommunicatie met relaties (PROV) en de intensivering van de publiekscommunicatie. Naast de personeelslasten is het budget voor het Nieuwjaarsmuziekfeest met €90.000 het belangrijkste structurele communicatiebudget. Met deze nota stellen wij u voor de volgende budgetten af te wegen bij de begrotingsbehandeling voor 2005:

- Structurele communicatie met inwoners voor de periode 2005 tot en met 2007, per jaar €385.000 voor PS en GS samen. Daarbij stellen we voor om op basis van de ervaringen uit 2004 een verdeling te hanteren van €100.000 voor PS en €285.00 voor GS.
- Het structureel voortzetten van de nieuwsbrief PROV voor relaties en het digitaal aanbieden van deze nieuwsbrief, € 60.000 per jaar vanaf 2006.

Voor een gedeelte van de hierboven genoemde kosten is, met uw instemming, nog gedeeltelijke dekking aanwezig met het budget voor relatiecommunicatie in 2005. In 2005 is hier €153.000 beschikbaar. Voor de nieuwsbrief PROV en het digitaal aanbieden is in 2005 en verder €60.000 nodig. Wij stellen voor de resterende €93.000 voor 2005 in te zetten voor gedeeltelijke dekking van de dat jaar benodigde €385.000. Voor dekking van de communicatie met onze inwoners in 2005 is dan aanvullend nog €292.000 nodig.

## **8. Beslispunten**

Wij stellen u voor om in uw commissievergadering van 14 september:

5. Aan de staten voor te stellen om bij de begrotingsbehandeling voor 2005 €292.000 voor 2005 en €385.000 per jaar voor 2006 en 2007 te reserveren voor het structureel voortzetten van de publiekscommunicatie in die jaren, voor GS en PS samen.
6. Te besluiten van uit uw midden een werkgroep in te stellen die een voorstel ontwikkelen voor de viering van de verjaardag van de provincie Utrecht (vanaf 17 mei 2006) als alternatief voor het huidige Nieuwjaarsmuziekfeest. Het huidige structurele budget voor het Nieuwjaarsmuziekfeest te handhaven tot dat over het alternatieve voorstel besloten is en de werkgroep te vragen uiterlijk in juni 2005 een voorstel voor besluitvorming aan te bieden.
7. Te besluiten de portefeuillehouder communicatie namens GS deel uit te laten maken van deze werkgroep.
8. De staten te adviseren bij de begrotingsbehandeling 2005 €60.000 te reserveren vanaf 2006 voor het op structurele basis voort zetten van de nieuwsbrief PROV voor onze professionele relaties.