

*Provinciehuis*  
Westerbrink 1  
Assen

Postbus 122  
9400 AC Assen

Telefoon  
(0592) 36 55 55  
Telefax  
(0592) 36 57 77

Aan:  
Leden statencommissie  
Bestuur, Financiën en Economie

Assen, 18 mei 2004  
Ons kenmerk: 2004005518  
Behandeld door mevrouw A. Dupree (0592) 36 55 92

Onderwerp: Nota Communicatie Provinciale Staten

Geachte commissieleden,

Hierbij ontvangt u de notitie 'Uitgangspunten Communicatie Provinciale Staten Drenthe' ter bespreking in uw commissie.

In de notitie zijn uitgangspunten en een strategie verwoord voor de aanpak van communicatie rondom de staten. Een eerste outline van het stuk is in december aan alle fracties toegezonden en daarna met verschillende fracties besproken. De aanpak is onlangs in het presidium aan de orde geweest.

We vragen u zich uit te spreken over of u zich in deze uitgangspunten en strategie kunt vinden.

Met vriendelijke groet,

I.M. Rozema, statengriffier



**Uitgangspunten  
Communicatie  
Provinciale Staten Drenthe**

## **Uitgangssituatie**

Het zou heel interessant zijn te weten hoe het staat met de bekendheid van de Drentse staten nu. Naar aanleiding van eerder onderzoek, daarover verderop meer, valt echter te verwachten dat die bekendheid zeer matig is. En dan is het de vraag wat een nieuw onderzoek toevoegt. Om die reden is de onderstaande analyse van de uitgangssituatie gebaseerd op bestaande gegevens en aannames.

### **Geringe kennis**

Het is de vraag in hoeverre de samenleving zich bewust is van de verandering die zich in de provinciale politiek heeft voltrokken. Ongetwijfeld is het verschil in kennisniveau groot. De ene inwoner zal in grote lijnen weten wat de staten doen, de ander niet. Uit onderzoek van de provincie ten tijde van de provinciale verkiezingen blijkt het aantal 'onwetenden' veruit in de meerderheid. Maatschappelijke organisaties zullen doorgaans wat beter op de hoogte zijn en binnen het bedrijfsleven zal de kennis wel weer erg uiteenlopen. Landelijk onderzoek door de Commissie Wallage (in het kader van het rapport Toekomst van de overheidscommunicatie) naar de politieke interesse en betrokkenheid van burgers geeft enig zicht op de verhoudingen. De commissie onderscheidt 4 categorieën burgers: niet-actieven 16%; plichtsgetrouw afhankelijken 22%; pragmatisch conformisten 42% en maatschappij kritisch/verantwoordelijken 20%. De eerste twee groepen zijn nauwelijks politiek betrokken en kenmerken zich door een houding van 'ze doen toch wat zij willen, daar hebben wij geen invloed op'. De pragmatisch conformisten zijn degenen die in elk geval stemmen en betrokken zijn als het eigen belang in het geding is. De laatste groep, maatschappij kritisch/verantwoordelijken zijn diegenen die politiek goed geïnformeerd en actief zijn. Het is vooral deze laatste groep waar we ook actuele kennis van de provinciale politiek kunnen verwachten. Maar deze groep zal waarschijnlijk kleiner zijn dan de landelijke 20% geïnteresseerden.

Al met al kunnen we aannemen dat aan veel Drenten de invoering van het dualisme en vooral de betekenis daarvan voorbij is gegaan. Waarschijnlijk zal men weten dat er een provinciaal bestuur is, maar hoe dat is opgebouwd, wie daarvan deel uitmaken en waarvoor dat bestuur verantwoordelijk is, zal men doorgaans niet weten. We moeten er dus vanuit gaan dat ook de kennis ontbreekt om de betekenis van zelfstandige staten direct te kunnen begrijpen.

### **Weinig zichtbaar onderdeel provinciale politiek**

Provinciale Staten liepen tot nu toe als onderdeel van de provinciale organisatie mee in de reguliere communicatieactiviteiten. In dat kader werden vergaderingen van staten en commissies en eventuele bijzondere activiteiten aangekondigd en hadden de staten vooral een rol in de verkiezingstijd. Daarbuiten lag en ligt de focus meer op de bewindspersonen aan de hand van wie het provinciale beleid zoveel mogelijk aan de man wordt gebracht.

### **Toegankelijkheid en aantrekkelijkheid**

De discussie over de toegankelijkheid van de politiek wordt op alle niveaus gevoerd. De pijnpunten zijn bekend: de afstand tot de burger is in allerlei opzichten (te) groot, de betrokkenheid van burgers is te laag, werkwijzen zijn niet transparant, er wordt niet werkelijk geluisterd, de belevingswerelden verschillen teveel. In het kader van het

dualisme wordt gesproken over het verlevendigen van het debat om de (provinciale) politiek aantrekkelijker te maken. Initiatieven om daaraan invulling te geven zijn in ontwikkeling, maar moeten hun beslag nog krijgen.

Een handicap daarbij is dat het veranderingsproces binnen de staten nog gaande is. Begrijpelijkerwijs leidt dat, als bij elke cultuurverandering, tot interne oriëntatie. Het eigen functioneren en de manier van werken staat regelmatig ter discussie in openbare vergaderingen. Het is zeer de vraag in hoeverre die discussies (hoe noodzakelijk ook) bijdragen aan een sterkere verbondenheid van burgers met de provinciale politiek.

### **Dé staten bestaan niet**

Als je over de staten spreekt, klinkt dat alsof het over een eenheid gaat. Dat is natuurlijk allerminst het geval. Het beeld van de samenleving over provinciale staten is de resultante van de activiteiten van de afzonderlijke fracties bij elkaar. Ook nu, na een jaar dualisme, is het nog zoeken naar een definitieve werkwijze en vorm (zo daarvan überhaupt sprake kan zijn). Zolang dat proces gaande is en samen met het gegeven dat dé staten niet bestaan, maakt dat profileren ingewikkeld.

## **Wat betekent dit voor communicatie rondom Provinciale Staten?**

Wil communicatie rondom de staten effectief zijn dan is het in elk geval nodig:

- aan te sluiten bij het bestaande kennisniveau en referentiekader van doelgroepen. Dwz. er vanuit gaan dat de gemiddelde inwoner van Drenthe weet dat er een provinciaal bestuur is, maar niet hoe dat is ingericht en met welke verantwoordelijkheden.
- er, daarvan afgeleid, voor te zorgen dat Provinciale Staten voor publiek via dezelfde 'voordeur' (de provincie) te benaderen zijn. En daarbinnen een eigen, herkenbaar gezicht te creëren.
- realistische doelen te stellen: de kans dat alle Drenten straks op de hoogte zijn van provinciaal politieke aangelegenheden en de rol van de staten daarin is erg gering. Het lijkt doeltreffender in eerste instantie af te stemmen op 'pragmatisch conformisten' en 'maatschappij kritischen' (de groepen met enige politieke belangstelling en zij die op directe belangen zijn aan te spreken).
- goede afspraken te maken over waar de terreinen van fractiecommunicatie en statencommunicatie elkaar raken. Zodanig dat meerwaarde ontstaat. Daarbij speelt communicatie voor de staten als geheel vooral een faciliterende rol in de ontwikkeling van communicatiekanalen en 'podia'. De inhoudelijke invulling, kleuring van de communicatie is nadrukkelijk het gebied van de fracties.
- ons te verdiepen in behoeften van doelgroepen en daar in de aanpak van communicatie op aan te sluiten.

## Beoogd resultaat

Voordat een communicatiestrategie voor Provinciale Staten kan worden ingevuld, is het goed de begrippen zichtbaarheid en toegankelijkheid nader te concretiseren. Wat hebben we concreet bereikt als de Drentse staten meer zichtbaar en toegankelijk zijn:

- dat doelgroepen provinciale staten letterlijk vaker tegenkomen (in media, bij bijeenkomsten etc.). Eerste stap: provinciale staten zijn duidelijk aanwezig (zichtbaar) in/op eigen en bestaande provinciale media;
- dat meer mensen weten wat de staten doen;
- dat hun kennis op een hoger niveau is (zij bekend zijn met de rol van de staten en weten hoe zij daar toegang toe kunnen hebben en/of gebruik van kunnen maken);
- dat er meer rechtstreeks contact is tussen statenleden en de samenleving (bv door werkbezoeken);
- dat meer mensen standpunten ventileren, vragen stellen en suggesties doen aan de staten;
- dat meer mensen aanwezig zijn bij vergaderingen van staten en statencommissies.

Niet al deze resultaten zijn cijfermatig meetbaar te maken. Dat heeft deels te maken met het meer algemene gegeven dat resultaten van communicatieactiviteiten vaak moeilijk te isoleren zijn. Daarnaast zouden we om na te kunnen gaan of meer mensen weten wat de staten doen en wat dan het niveau van hun kennis is een nulniveau (uitgangspunt) moeten weten en vervolgens moeten meten wat er na een bepaalde periode is veranderd. Deels kunnen daarvoor resultaten uit het eerder genoemde onderzoek dat voorafgaand aan de provinciale verkiezingen door Communicatie werd gehouden, worden gebruikt.

Aan de hand van een aantal praktische indicatoren kunnen we ook het een en ander afleiden: als de kans op de staten tegen te komen (in media, bij bijeenkomsten) groter wordt, groeit ook de kans dat daar iets van blijft hangen. Bezoekersaantallen bij bijeenkomsten kunnen behalve een indicatie van het belang van het onderwerp ook een beeld geven van het bereik en de effectiviteit van de ingezette communicatiemiddelen. Heel concreet meetbaar te maken is de groei van het aantal mensen dat bij staten- en commissievergaderingen aanwezig is en anderszins standpunten ventileert, vragen stelt etc.

## Doelgroepen en behoeften

Provinciale Staten hebben te maken met verschillende interne en externe doelgroepen. Hieronder zijn voor de staten belangrijke doelgroepen aangegeven en zijn een aantal opmerkingen gemaakt over zaken die met betrekking tot communicatie voor hen van belang zijn.

### Extern

#### Maatschappelijke organisaties

van belang:

- ingang naar besluitvormers en agenda
- invloed
- kennis van wegen en werkwijzen

#### Burgers

van belang:

- weten wat er speelt in de provincie (algemene interesse)
- weten wat er speelt in eigen directe omgeving (specifieke informatiebehoefte)
- mogelijkheid om invloed uit te oefenen op besluitvorming en agenda
- rechtvaardiging eigen politieke keuze

### Pers

van belang:

- adequate toegang tot informatie en personen
- actief geïnformeerd worden

### Intern

#### Intern

- provinciale staten en commissies (leden en fracties)
- statengriffie
- college van gedeputeerde staten
- ambtelijke organisatie (evt. in subdoelgroepen onder te verdelen)

## Strategie

Aan de hand van de bovenstaande doelgroepen/behoefteschets kun je vaststellen dat er niet een rechtstreekse behoefte is aan kennis over Provinciale Staten. De behoefte is meer te weten wat er zoal in de eigen provincie omgaat of in elk geval te weten wat er in de eigen omgeving speelt waar het eigen belang bij in het geding is. En vervolgens te weten hoe je het moet aanpakken (en waar je moet zijn) om er invloed op uit te oefenen. Dat is ook behoefte aan kennis, maar vooral van de actualiteit.

*Beter dan feitelijk te vertellen wat de staten doen, is het daarom zichtbaar te maken wat er omgaat aan de hand van concrete daden en activiteiten.* Simpelweg door het primaire proces adequaat te 'coveren' met aankondigingen, berichtgeving en verslaglegging, zowel via eigen media (internet, advertenties) als via de pers (persberichten, aanwezigheid pers bij vergaderingen en andere activiteiten). En op die manier, aan de hand van concrete activiteiten te laten zien waarover de staten beslissen, wat dat betekent voor inwoners van Drenthe en, daarover zo meteen meer, hoe zij daarop invloed kunnen uitoefenen.

'De staten moeten zich nadrukkelijker profileren (als volksvertegenwoordiger)' valt in het kader van het dualisme en in relatie tot communicatie nogal eens te horen. Dat klinkt logisch. En is het ook wanneer dat wordt uitgelegd als: de staten moeten zich nadrukkelijker gedragen als volksvertegenwoordiger.

Het kiezen van een communicatieprofilering is een ander verhaal. In de eerste plaats omdat, zoals eerder gezegd, dé staten niet bestaan. Daarnaast is de ontwikkeling van de duale staten nog volop in gang. Profileren op dat proces is voor publiek niet erg interessant. Profileren op het eindresultaat is riskant. De kans te hoge verwachtingen te wekken is groot.

Er is daarom veel te zeggen voor een omgekeerde aanpak. *Niet beginnen met profileren van de staten naar de samenleving toe. Maar omgekeerd: de kanalen van de samenleving naar de staten toe openzetten.*

Op die manier geef je tegelijkertijd invulling aan het begrip toegankelijkheid. Ook kom je tegemoet aan de wens van de staten te weten wat er in de samenleving leeft en aan de wens van burgers om hun mening te kunnen geven en invloed te kunnen uitoefenen. Een dergelijke aanpak daagt uit tot dialoog. Dat betekent overigens wel dat de staten/fracties altijd moeten reageren. Tenslotte is zo'n aanpak goed gefaseerd in te zetten.

Communicatie rondom Provinciale Staten loopt dan langs twee lijnen:

1. De kanalen naar PS toe openzetten  
en communicatie vooral inzetten om het op gang komen van de reacties en informatie naar de staten toe te faciliteren. (de staten profileren zich dan, zonder dat zo hardop te zeggen, op het feit dat ze luisteren).
2. Bestaande en nieuwe kanalen inzetten voor (feitelijke) berichtgeving over het 'primaire' proces.  
Daarbij ontstaat meerwaarde uit het feit dat de fracties zelf actief naar buiten treden en politiek inhoudelijk zichtbaar maken waar zij voor staan. Provinciale media kunnen daarbij dienen als podium voor fracties (bv. weergeven van standpunten over actuele issues op internet, links naar fractiesites)



In de uitvoering zal het zo zijn dat het eerste grotendeels pas mogelijk is als bestaande en nieuwe kanalen zijn ontwikkeld voor gebruik door Provinciale Staten. Dit geldt met name voor het internet, dat zowel voor berichtgeving als om signalen van buiten naar binnen te halen een belangrijke rol speelt.

**Interne communicatie**

Ten aanzien van de onder interne doelgroepen genoemde groepen kan communicatie (zoals hier aan de orde) niet meer zijn dan een aanvulling op de functionele communicatie in het primaire proces. In het normale werkcontact moet duidelijkheid ontstaan over taken, bevoegdheden, samenwerking etc. Daarnaast kan door middel van bijeenkomsten, publicaties in interne media etc. wel een bijdrage worden geleverd aan wederzijdse kennis van elkaars werk en begrip. Het ligt voor de hand in elk geval de bestaande interne provinciale media hiervoor in te zetten.

Bovenstaande interne en externe strategie wordt in een uitvoeringsplan verder uitgewerkt.

## **Organisatie van communicatie**

De communicatieadviseur voor provinciale staten is primair verantwoordelijk voor communicatie rondom de staten in het algemeen. Dat betekent dat zij in de eerste plaats zorgt voor de ontwikkeling van algemene middelen en media. De fracties zijn (vanzelfsprekend) verantwoordelijk voor hun eigen communicatie. Dat klinkt overzichtelijk. In de praktijk zal die scheidslijn niet altijd even goed te leggen zijn. Communicatie vanuit de staten kan vooral succesvol zijn bij sterk (communicatief) opererende en zichtbare fracties. Om dat zoveel mogelijk te bevorderen kunnen de fracties wanneer zij daar behoefte aan hebben een beroep doen op de communicatieadviseur van de staten voor ondersteuning bij het ontwikkelen van instrumentarium en deskundigheidsbevorderende activiteiten (bijv. mediatraining etc.).