

**Communicatieplan Provinciale Staten
Flevoland
2019-2023**



Inleiding

De statenconferentie van april 2019 heeft een aantal staten-werkgroepen opgeleverd die zich buigen over zaken die het werk van de staten beter moeten maken. Een van die werkgroepen is 'Omgaan met inwoners'. De ontwikkeling van onze samenleving van een verzuilde, verticaal georganiseerde samenleving naar een horizontale netwerksamenleving maken van dit thema een belangrijk element in ons functioneren. Niet de overheid staat op de eerste plek, maar de burger zelf.

Met dat in gedachten onderscheidt de werkgroep twee aandachtsgebieden:

1. Communicatie over PS; wie zijn het, wat doen ze, hoe zijn ze te bereiken
2. Communicatie van PS met inwoners/organisaties in Flevoland door middel van het anders inrichten en benutten van de beeldvormende sessies (eerste B uit het vergadermodel BOB).

Over dat eerste punt gaat dit plan (het tweede punt komt in het kader van het nieuwe vergadermodel aan de orde). Politieke partijen zijn en blijven uiteraard verantwoordelijk voor hun eigen (politieke) communicatie. Maar de ontzuilde, horizontale netwerksamenleving eist betere en meer transparante informatie over wat (in ons geval) PS doet en waar inwoners/organisaties in het besluitvormingsproces invloed kunnen uitoefenen. Daarnaast is Statencommunicatie objectief en komt daarmee betrouwbaar(der) over richting inwoners. Het moet gezien worden als een objectieve aanvulling op de politieke communicatie. Ook biedt het continuïteit; is politieke communicatie nog wel eens gefocust op bepaalde gebeurtenissen (zoals verkiezingen), algemene Stateninformatie is een continu proces. Tenslotte, communicatie over PS dient het genoemde tweede aandachtsgebied: goede informatie is de basis voor goed contact. In een ander document en in samenspraak met de werkgroep Vergadermodel wordt het tweede aandachtsgebied nader uitgewerkt.

De werkgroep Omgaan met inwoners:

Paul van der Starre, Sjaak Simonse, Franco Achtien en Jacqueline van Zwam
(ondersteuning)

Oktober 2019

Algemene uitgangspunten

Voor het statencommunicatieplan gelden de volgende algemene uitgangspunten:

1. Het communicatieplan richt zich op de ambities van de staten als collectief. Partijen dragen de statencommunicatie mede uit.
2. Statenleden en burgerleden/fractievertegenwoordigers ondersteunen het plan en leveren waar mogelijk en nodig een bijdrage.
3. Het communicatiebeleid voor de staten sluit aan bij het provinciaal communicatiebeleid als het gaat om kaders voor de huisstijl en het persbeleid. De griffie zorgt voor afstemming met de provinciale communicatieadviseurs.

Doelgroepen

We richten ons op een algemene doelgroep: de inwoners van Flevoland. Specifiek de doelgroep jongeren wordt (ook) op andere manieren bereikt, zoals de activiteiten uit het educatieprogramma (waarover PS in september 2018 een initiatiefvoorstel heeft aangenomen, zie meer informatie hierover hierna). Ook zal in dit kader (samen met het webteam van de provincie) gekeken worden hoe we beter gebruik kunnen maken van de mogelijkheden van social media om een jonger publiek te bereiken.

Doelstellingen

De staten willen met het communicatieplan primair het volgende doel bereiken:

Zichtbaarheid en bekendheid vergroten

- de staten communiceren actief over hun werkzaamheden (rol, taken, werkwijze);
- de staten zijn bereikbaar en zichtbaar voor de doelgroepen.

De afgeleide doelstelling luidt:

Interactie vergroten

De staten creëren mogelijkheden tot interactie met de doelgroepen. Dit bevordert betrokkenheid bij de besluitvorming.

Middelen

Verschillende traditionele middelen en sociale media verbinden we zoveel mogelijk met elkaar, zodat ze elkaar versterken en aanvullen en de boodschap beter aankomt bij onze doelgroepen. Bijvoorbeeld door een bericht in de krant te plaatsen en te verwijzen naar twitter en de website, of een tweet te plaatsen en te verwijzen naar een pagina op de website. Dit noemen we crossmediale communicatie.

Huidige situatie

De huidige communicatiemiddelen worden onder de loep genomen en waar nodig verbeterd/uitgebreid. Het gaat hierbij om:

- De website www.stateninformatie.flevoland.nl. Deze vormt de basis van de communicatie. Hierop is alle informatie over de staten te vinden, inclusief uiteraard de vergaderstukken in het stateninformatiesysteem. Mede aan de hand van de statistieken van de bezoeken aan de website wordt deze heringericht.
- Het twitteraccount van de staten. Op dit moment wordt dit kanaal ad hoc gebruikt door meerdere griffie-medewerkers voor allerlei soorten berichtjes. Om dit kanaal effectiever in te kunnen zetten, is het nodig richtlijnen te ontwikkelen voor wat, wanneer en hoe we twitteren.

- Het facebook- en instagramaccount van PS. Dit is gebruikt rondom de verkiezingen van 2019. Dit blazen we nieuw leven in:
 - Op de facebookpagina allerlei (ook luchtige) berichtjes over de staten.
 - Op het instagram-account aansprekende beelden over de staten.
- Het educatieprogramma voor jongeren (conform het initiatiefvoorstel van 19 september 2018). Hieronder vallen o.a. de volgende activiteiten: het provinciespel van ProDemos, jaarlijks provinciaal jeugddebat, Op weg naar het lagerhuis, European Parlement, bliksemstage/beroepenmarkt JINC. Op dit moment wordt het educatieprogramma geëvalueerd. Op basis van de evaluatie wordt een programma voor 2020 opgesteld. Dit gebeurt in samenwerking met de ambtelijke organisatie.
- Free publicity door berichtgeving in regionale en lokale media. Dit gebeurt in Flevoland m.n. door Omroep Flevoland zeer regelmatig. Onderzoeken of het mogelijk is gebruik te maken van de diensten van de omroep voor korte items over de staten in algemene zin.

Nieuw in te zetten middelen

Behalve bovenstaande instrumenten kunnen we de volgende middelen in gaan zetten:

- Een advertentiepagina (4 tot 5 keer per jaar) in de gemeentelijke huis-aan-huiskranten met nieuws en informatie over de staten. Deze 'ouderwetse' vorm van communiceren heeft nog steeds waarde. De (gratis) lokale kranten worden nog (veelal door ouderen) goed gelezen. Voorbeeld inhoud: Een statenlid in de schijnwerpers, statenleden vertellen over een actueel onderwerp uit een beeldvormende of oordeelsvormende commissie, algemene info over statengerelateerde zaken als inspreken, beeldvormende sessies, educatieprogramma, etc. Het betreft de volgende bladen: Almere deze week, Flevopost edities Dronten/Lelystad, Urkerland en Zeewolde Actueel.
- Maandelijkse e-mailnieuwsbrief naar geabonneerden. De basis voor deze nieuwsbrief zijn de artikelen van de pagina in de krant en verwijzingen naar de berichten op social media (zie hierna). Zo'n e-mailbestand moet groeien door oproepen te doen, de e-mailadressen van de e-petities te gebruiken (dit kan via e-petities.nl), etc. Deze nieuwsbrief kan ook gebruikt worden om (een populaire versie van) de besluitenlijst van PS te communiceren.
- Persberichten. Vanuit PS kunnen persberichten verstuurd worden over statengerelateerde onderwerpen.
- Gast van de Staten. Door bewoners, bedrijven en anderen een kijkje in de keuken te geven van de provincie, geven we hen een beter beeld van wat PS precies doen. Het programma kan er als volgt uitzien: voor aanvang van de Statenvergadering worden de gasten met koffie/thee ontvangen door twee Statenleden en krijgen zij een korte rondleiding door de Statenzaal. De Statenleden geven een korte uitleg over hun werk, hoe een vergadering werkt en wat er op de agenda staat. De gasten kunnen vervolgens vanaf de publieke tribune (een deel van) de vergadering volgen. De Statenleden sluiten het programma vervolgens af met een halfuurtje napraten over wat er aan de orde kwam in de PS-vergadering.

Organisatie van de communicatie

De griffie is regisseur en organisator/uitvoerder van de communicatie over de Staten. Hiervoor is capaciteit en kennis beschikbaar. Bij sommige middelen is daarnaast de ondersteuning van statenleden/burgerleden onontbeerlijk.

Om goed in contact te blijven met de wensen van de statenleden fungeert de werkgroep Omgaan met inwoners als werkgroep/klankbordgroep. De werkgroep levert input voor en denkt mee over communicatie. We starten met het (door)ontwikkelen van genoemde middelen. Na een jaar bekijken we de opbrengst en stellen we waar nodig bij. M.n. voor de social media en de website geven statistieken inzicht in gebruik.

Evaluatie

Eind 2020 evalueren we de diverse ingezette acties en stellen we waar nodig bij.

Financiën

Er is structureel slechts een beperkt budget specifiek beschikbaar voor communicatie van PS. Dit is niet voldoende om bovenstaande uit te voeren. Het voorstel is om voor 2020 incidenteel extra budget te genereren: er is budget over van de communicatie rondom de Statenverkiezingen, we reserveren €30.000,- hiervan voor uitvoering van dit plan (waarvan ± €20.000,- voor advertenties in kranten 4/5 keer per jaar). Dit kan in de jaarrekening 2019 verwerkt worden. Na de evaluatie van de communicatie-activiteiten kan gekeken worden naar structureel budget.

Planning

Met behulp van een contentkalender (zie voorbeeld in bijlage) stelt de griffie elk half jaar een overzicht op van te communiceren onderwerpen/activiteiten, wanneer, voor wie en met welk middel. Deze bespreken we met de werkgroep. Uiteraard is er daarnaast altijd ruimte voor actuele zaken.