



Onderwerp  
Communicatie Provinciale Staten

1. Beslispunten

1. De Statengriffie op te dragen uitvoering te geven aan het communicatieplan van Provinciale Staten;
2. Voor de uitvoering van het Communicatieplan de begrotingspost Communicatie structureel met € 20.000 te verhogen ten laste van het Onderzoeksbudget en deze mutatie te verwerken in de Programmabegroting 2021 en de daarin opgenomen meerjarenraming (product 7.2.1 Provinciale Staten).

2. Doelstelling programmabegroting

Niet van toepassing. Tijdens de Statenconferentie van april 2019 zijn voorstellen voor een nieuwe werkwijze van Provinciale Staten gedaan, waaronder de omgang met inwoners.

3. Eerdere behandeling

Na de Statenconferentie is de werkgroep Omgaan met Inwoners ontstaan. Zij hebben sindsdien gewerkt aan het structureren van de communicatie tussen Provinciale Staten en de inwoners van Flevoland. Eén van hun eindproducten is het Communicatieplan, dat in december 2019 door het Seniorenconvent is goedgekeurd.

4. Bevoegdheden PS en doel behandeling

1. De uitvoering van het communicatieplan gebeurt onder verantwoordelijkheid van Provinciale Staten. Daarom is het gewenst dat de Staten akkoord gaan met de uitvoering van het plan.
2. Om van communicatie vanuit de Staten een structureel gegeven te maken, is ook structureel budget nodig.

5. Verdere behandeling PS

Na besluitvorming gaat de Statengriffie door met haar werkzaamheden om het perspectief van Provinciale Staten kenbaar te maken aan de inwoners van de provincie Flevoland. Statenleden worden uitgenodigd hier deel van uit te maken, bijvoorbeeld door af en toe een quote, foto of filmpje te leveren. Het gaat dan niet direct om politieke profilering van bepaalde fracties, maar initiatieven die Statenbreed worden opgepakt (bijvoorbeeld een werkbezoek, vergaderen op locatie of de ontvangst van groepen namens de Staten). PS worden periodiek geïnformeerd over de bereikte resultaten.

6. Korte toelichting op voorstel

Het voorstel is om structureel vanuit Provinciale Staten te communiceren. Communicatiemiddelen bestaan uit:

- 1) De Statenwebsite [stateninformatie.flevoland.nl](http://stateninformatie.flevoland.nl);
- 2) Sociale media als Twitter, Facebook en Instagram, waarbij ook met advertenties/campagnes gewerkt kan worden;
- 3) Twee keer per jaar met een pagina op tabloidformaat adverteren in de regionale weekbladen. Het voorstel is om dit te koppelen aan de begrotingscyclus, dus vroeg in de zomer en in het najaar. Het voorstel is om de fracties hier zelf tekst voor te laten leveren;

Provinciale Staten  
21 oktober 2020

Agendapunt

Lelystad

Registratienummer  
2633786

Afdeling/Bureau  
SGR

Routing

Commissie Mobiliteit, Economie  
en Samenleving  
23 september

4) Bij belangrijke Statenvoorstellen vanuit de griffie een persbericht te versturen. In de praktijk worden dergelijke berichten vaak opgepikt, met name door de weekbladen.

5) De vindbaarheid van Stateninformatie te verbeteren, door een directe link te maken op de homepage van [www.flevoland.nl](http://www.flevoland.nl)

6) Vaker mee te liften op de wekelijkse nieuwsbrief van flevoland.nl ('Afgelopen week in Flevoland'), in elk geval de aankondigingen van de commissies en Statenvergaderingen. Dit heeft de voorkeur boven een 'eigen nieuwsbrief', die veel extra inzet zal vergen en mogelijk een minder groot bereik heeft.

7) Incidentele communicatiemiddelen in te zetten, bijvoorbeeld een infographic of animaties, of advertenties rondom sociale media om bepaalde initiatieven vanuit Provinciale Staten te ondersteunen.

## 7. Beoogd effect

Inwoners van Flevoland betrekken bij het werk van Provinciale Staten, door actiever te laten zien wie zij zijn en wat zij doen. Doel is hiermee de interactie en participatie van inwoners te vergroten.

## 8. Argumenten

1.1 *Door vanuit Provinciale Staten te communiceren, wordt het werk van Provinciale Staten zichtbaarder voor de inwoners, waardoor Provinciale Staten hun volksvertegenwoordigende rol beter kunnen laten zien.*

1.2 *Door langdurige inzet is er tijd en ruimte om het bereik van Provinciale Staten via verschillende kanalen te laten groeien.*

De verbetering van het bereik is niet van de ene op de andere dag gerealiseerd en vraagt om een structurele aanpak.

2.1 *Structureel budget voor uitvoering van het communicatieplan zorgt voor continuïteit.*

Als randvoorwaarde voor de continuïteit van de uitvoering van het communicatieplan geldt dat de hiervoor benodigde middelen structureel beschikbaar dienen te zijn. De huidige ramingen binnen de begrotingspost Communicatie bieden daarvoor onvoldoende specifieke ruimte. Voorgesteld wordt de structurele dekking van de met voorliggend voorstel samenhangende aanvullende middelen te vinden in de begrotingspost Onderzoeksbudget, die na verwerking structureel verlaagd is naar circa € 52.500 (prijsspeil 2021).

2.2 *De huidige ramingen binnen de begrotingspost Communicatie bieden onvoldoende specifieke ruimte.*

Voor de advertenties (twee keer een pagina op tabloidformaat in de weekbladen in Flevoland) is een bedrag van ongeveer €12.500,- nodig, inclusief opmaak/vormgeving en handling en een kleine post 'onvoorzien'. Voor incidentele uitgaven voor communicatiemiddelen (bijvoorbeeld een infographic of animatie) wordt een bedrag geraamd van €7.500,- per jaar.

## 9. Kanttekeningen

1. Het kan even duren voordat alle verschillende kanalen een groot bereik hebben.
2. De verschillende kanalen hebben verschillende doelgroepen. We denken dat we met deze aanpak (zowel inzet van social media, alsook meer traditionele middelen) een brede vertegenwoordiging van de bevolking kunnen bereiken.
3. De huidige ambities passen binnen de ruimte die bij de uitbreiding van de griffie is vrijgemaakt. Mochten de ambities groter worden, kan hierover het gesprek worden gevoerd.

## 10. Bijlagen

Naam stuk:	eDocs nummer:	Bijgevoegd of periode ter inzage
Communicatieplan	2514627	Bijgevoegd