

Behandelingsvoorstel voor de commissie BEM

Onderwerp: Publiekscampagne 2005 – 2007

Cie-datum : 22 augustus 2005

Cie-nummer: 2005BEM62

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

inspraak: nee
op: 21 maart en 18 april 2005
op:

Behandelend ambtenaar: drs. V.M. Steultjens
Portefuillehouder: Mr. J.G.J. Kamp

toestel: 030 - 2582317

Inleiding

Op 15 augustus 2005 presenteren vier communicatiebureaus een uitwerking voor het eerste gedeelte van de publiekscampagne 2005 – 2007. De heer Bijkerk (voorzitter klankbordgroep communicatie PS) en mevrouw Kamp (portefuillehouder communicatie) zullen, respectievelijk namens PS en namens GS, één van deze bureaus selecteren om de publiekscampagne uit te gaan voeren. In uw vergadering van 22 augustus willen wij u, ambtelijk, mondeling informeren over het geselecteerde campagnevoorstel.

Bij de begrotingsbehandeling 2005 hebben provinciale staten € 385.000 toegekend (per jaar voor 2005, 2006 en 2007) voor een intensievere communicatie met onze inwoners en uw kiezers. Op 18 april heeft uw commissie ingestemd met de “Opzet publiekscampagne 2005 – 2007”. De begeleiding van de verdere uitwerking heeft u aansluitend ondergebracht in uw Klankbordgroep communicatie. De leden van deze groep hebben o.a. meegedacht bij de opdrachtformulering aan de bureaus.

In essentie willen we met de publiekscommunicatie bereiken dat inwoners ons werk beter leren kennen en onze aanwezigheid in de maatschappelijke discussie, de democratische besluitvorming en de uitvoering van beleid (bewuster) gaan waarderen.

De communicatiebureaus is gevraagd om:

1. Een concept te ontwikkelen voor de publiekscampagne waarmee de provincie kan laten zien dat zij een actieve overheid is die luistert en in samenwerking met andere partijen en belanghebbende inwoners concrete resultaten boekt dichtbij wonen, werken en vrije tijd van inwoners.
2. Dit concept uit te werken voor de uitvoeringsprojecten wandelen, fietsen, Stichtse Lustwarande, open monumentendag en de issues ‘Toekomst vliegbasis Soesterberg’, ‘Luchtkwaliteit’ en ‘De veranderende samenleving’ (met als concrete deelthema’s ‘Leefbaarheid van de kleine kernen’ en ‘integratie’).
3. Een plan te maken voor de in te zetten middelen en daarbij te adviseren over de juiste mix van regionale dagbladen, huis-aan-huisbladen, RTV Utrecht en andere communicatiemiddelen (zoals bijeenkomsten en ondersteuning via de website).

Vervolg inleiding op pagina 2: nee

Wordt geagendeerd: om advies over de volgende vraag (vragen):

- Steunt u de gekozen uitwerking voor de publiekscampagne?

Na een positief advies van de commissie Bestuur en Middelen kan de publiekscampagne in de tweede helft van oktober starten met de eerste uitingen.