

van de Statenleden  
Dhr. Verbeek  
Mw. van den Bosch-  
DamenVergadering  
September 2007Nummer  
5842

onderwerp

Initiatiefvoorstel communicatie in de huis-aan-huisbladen

**1 Ontwerpbesluit**

Provinciale Staten van Zuid-Holland,

Gelet op:

- gelet op artikel 143 van de Provinciewet;
- de geringe bekendheid met de provincie bij het merendeel van de Zuid-Hollanders;
- de bespreking in de commissie Bestuur en Middelen d.d. 12 september 2007.

Besluiten het college van GS op te dragen om:

- I. met ingang van 1 januari 2008 maandelijks, d.w.z. 10 maal per jaar, één pagina aan betaalde redactionele ruimte op een vaste plaats in de huis-aan-huisbladen te kopen;
- II. deze pagina deels te vullen met algemene provincie-informatie en deels met regionaal nieuws verdeeld in vijf regio's;
- III. a. de kosten van dit voorstel t.w. ± € 50.000,- per uitgave d.w.z. € 500.000,- per jaar te dekken uit het verminderen van het aantal provinciale tijdschriften en andere publicaties;  
**b. in de programma- of productbegroting zodanige besparingen te realiseren dat bovengenoemd bedrag van € 500.000,- hiervoor wordt vrijgemaakt;**
- IV. de invoering formatietechnisch budgettair neutraal te laten verlopen;
- V. wij vragen GS om over twee jaar een tussentijdse evaluatie te houden;
- VI. de looptijd van dit project voor vier jaar vast te stellen.

Den Haag, 19 september 2007

Provinciale Staten van Zuid-Holland,  
griffier, voorzitter,

## **2 Toelichting**

### **Wat willen we bereiken?**

Uitgangspunt is het stimuleren van een beter zichtbaar en herkenbaar provinciaal bestuur met meer betrokkenheid van inwoners bij de provinciale politiek. Hiertoe willen we de provincie op een herkenbare en transparante manier aan de inwoners presenteren door één keer per maand in alle huis-aan-huisbladen te laten zien wat de provincie doet.

### **Wat gaan we ervoor doen?**

Het voorstel is één pagina aan betaalde redactionele ruimte op een vaste plaats in de huis-aan-huisbladen te kopen ten behoeve van een sterke profilering van het werk van de provincie en van Provinciale Staten en Gedeputeerde Staten als politieke organen. Hierin moet het provincie nieuws in zijn volle breedte naar voren worden gebracht. Daarnaast moet er steeds een deel beschikbaar zijn voor regionaal nieuws, bijvoorbeeld verdeeld in de vijf regio's van de streekplanindeling, te weten Oost, Zuid, Rijnmond, Holland Rijnland en Haaglanden.

### **Wat mag het kosten?**

De offerte voor de kosten voor betaalde redactionele ruimte in huis-aan-huisbladen bedraagt ± € 50,000 per uitgave (voor 1 pagina met 1 kleur). Hiervoor moet dan minimaal een budget worden uitgetrokken van € 500.000 per jaar. Daarnaast komen de extra kosten voor het samenstellen van deze maandelijkse rubriek.

Deze kosten kunnen worden gedekt door het aantal glossy tijdschriften en andere publicaties die door de provincie worden uitgegeven, te beperken.

Den Haag, 28 augustus 2007

De initiatiefnemers,  
J.G.P. Verbeek  
Mw. P.G.W.M. van den Bosch-Damen



Provincie Zuid-Holland

Zuid-Hollandlaan 1,

2596 AW Den Haag

Algemeen telefoonnummer: 070 - 441 66 11

Website [www.zuid-holland.nl](http://www.zuid-holland.nl)

Initiatiefvoorstel volgens artikel 49 van het 'Reglement van orde' vastgesteld door Provinciale Staten op 26 april 2006.

Nr.	5842
Datum	13 september 2007
Indieners	Koos Verbeek en Elly van den Bosch-Damen namens het CDA
Onderwerp	Communicatie in de huis-aan-huisbladen.
Voorgenomen besluit	Maandelijks een pagina met nieuws van Provinciale Staten in de huis-aan-huisbladen in Zuid-Holland.

### Aanvullende informatie op het initiatiefvoorstel

#### Provincienieuws in huis-aan-huisbladen.

Na bespreking van het initiatiefvoorstel 'Communicatie in de huis-aan-huisbladen' tijdens de commissievergadering Bestuur en Middelen op 12 september 2007 hebben wij de volgende informatie:

Veel gemeenten en minstens een waterschap hebben een wekelijkse rubriek met gemeentelijk nieuws op een vaste plaats in deze bladen. Wij stellen voor om maandelijks één pagina provincienieuws, eenvoudig van opzet en met slechts één steunkleur, op een vaste plaats in diezelfde bladen te zetten. De huis-aan-huisbladen hebben een groter bereik dan de betaalde regionale kranten. Zo denken wij iedere Zuid-Hollander m/v te kunnen bereiken.

Deze pagina zal voor de helft met nieuws uit G.S. en voor de andere helft met nieuws van P.S. gevuld worden. Dit is één onderdeel van het 'zichtbaarheidsoffensief' zoals genoemd in het coalitieakkoord. Een eerste stap van een totaal plan voor de communicatie met de inwoners.

De inhoud van deze berichten zal bestaan uit: de website van de provincie [www.zuid-holland.nl](http://www.zuid-holland.nl), telefoonnummers en e-mailadressen, informatie over het onderhoud van wegen, water, OV, milieu, bibliotheeknieuws, jeugdzorg enz. Wij stellen voor om bij het streekgebonden nieuws de streekplanindeling aan te houden t.w.

Haaglanden, Holland Rijnland, Oost, Rijnmond en Zuid. In dit streekgebonden nieuws komen de regionale aandachtsvelden, zodat de inwoner goed geïnformeerd wordt over wat de provincie in zijn/haar regio doet zoals wegwerkzaamheden, streekplaninformatie, inspraakbijeenkomsten en regiobezoeken.

Tijdens genoemde commissievergadering werd aandacht gevraagd voor het niet alleen informatie naar burgers zenden maar ook informatie ontvangen. In ons voorstel wordt het opnemen van een vaste rubriek: 'Bij wie moet ik zijn bij de provincie' voorgesteld. Het lijkt ons goed om op een later tijdstip nog eens in te gaan op de manier waarop de informatie van inwoners wordt verwerkt en aan hen teruggekoppeld. Het is van groot belang om zich te verplaatsen in de burger en wat hem bezig houdt. Dit werd gezien als een kanteling in de communicatielijnen van de provincie.

Er werd gesproken over de evaluatie en het al dan niet houden van een 0-meting. In het concept van de 'Evaluatie publiekscampagne Provinciale Statenverkiezingen 2007' d.d. 11 juni 2007 staat op blz. 9 onder de kop '**Doorlopend investeren in kennis en houding burgers**': *'Bij veel burgers is sprake van een onbewuste, latente kennis over de provincie; bij doorvragen kunnen velen wel degelijk een aantal van de belangrijkste activiteiten noemen. Er is echter ook een aanzienlijke groep die geen weet heeft van het bestaan van een provinciebestuur. Men is niet erg bereid om zelf op informatietocht te gaan, maar staat wel open voor (neutrale) informatie. Televisie, landelijke en met name regionale, en kranten worden genoemd als belangrijkste brenger van nieuws. Men vindt de provincie te onzichtbaar en abstract, en wil graag meer en vaker geïnformeerd worden'. En: 'Het verdient aanbeveling om burgers consequent en over een langere periode te voorzien van gerichte informatie over concrete zaken, rollen en problemen, met name via de regionale televisie en kranten.'*

De vraag is of dit niet voldoende informatie voor de 0-meting is. Een andere mogelijkheid is om te inventariseren welke informatie door inwoners wenselijk wordt geacht.

Tot slot rest de vraag wat is de uitkomst van de evaluatie over de bekendheid van Hoogheemraadschap van Delfland onder de inwoners van het gebied tussen de Noordzee, de Nieuwe Waterweg en de lijn Berkel en Rodenrijs, Zoetermeer en Wassenaar, een deel

van deze provincie, na één jaar ervaring met regelmatig advertenties in huis-aan-huisbladen. Wij citeren uit hun onderzoek 'Kwantitatief onderzoek 2005 versus 2006':

'De advertorial had in 2005 een bereik van 75%. In 2006 leest van de 83% bijna 65% elke week een huis-aan-huisblad en 20% doet dit eens in de twee weken'.

'De conclusies kwantitatief onderzoek 2005 versus 2006 zijn:

Vergelijking tussen de 0-meting en de 1-meting levert de volgende conclusies op:

- de geholpen naamsbekendheid van 98% heeft zich op het hoge niveau van 2005 gehandhaafd;
- de bekendheid van 82% dat Delfland een waterschap is blijft eveneens op een hoog niveau;
- de bekendheid van de taken van Delfland is significant vergroot voor 3 van de 4 taken;
- het oordeel van de informatiepagina is op 3 van de 4 aspecten significant gestegen;
- de geholpen bekendheid met het Meldpunt Toezicht is significant gestegen;
- het bereik van de huis-aan-huisbladen is significant gestegen.

Aangezien het advertorial het enige massamedium is waarmee het Hoogheemraadschap van Delfland haar doelgroepen bereikt, is de conclusie gerechtvaardigd dat de inzet ervan tot een betere bekendheid van taken van Delfland heeft geleid. De aanpassingen in de advertorial hebben voor een hogere waardering ervan gezorgd'.

Wij vertrouwen erop u hiermee de gewenste informatie gegeven te hebben.



Koos Verbeek

en

Elly van den Bosch-Damen

## Gewijzigd BESLUIT na bespreking in de commissie Bestuur en Middelen d.d. 12 september 2007.

Provinciale Staten van Zuid-Holland in vergadering bijeen op 19 september 2007 gelezen het initiatiefvoorstel van de leden Van den Bosch-Damen en Verbeek d.d. 12 juli 2007, nummer 5842

gelet op artikel 143 van de Provinciewet;

### BESLUITEN:

- I. Met ingang van 1 januari 2008 maandelijks, d.w.z. 10 maal per jaar, één pagina aan betaalde redactionele ruimte op een vaste plaats in de huis-aan-huisbladen te kopen.
- II. Deze pagina deels te vullen met algemene provincie-informatie en deels met regionaal nieuws verdeeld in vijf regio's.
- III. a. De kosten van dit voorstel t.w. ± € 50.000,- per uitgave d.w.z. € 500.000,-- per jaar te dekken uit het verminderen van het aantal provinciale tijdschriften en andere publicaties.  
  
b. **Het college van GS op te dragen om in de programma- of productbegroting zodanige besparingen te realiseren dat bovengenoemd bedrag van € 500.000,-- hiervoor wordt vrijgemaakt.**
- IV. De invoering formatietechnisch budgettair neutraal te laten verlopen.
- V. Wij vragen G.S. om over twee jaar een tussentijdse evaluatie te houden.
- VI. De looptijd van dit project voor vier jaar vast te stellen.