

**binnen naar buiten
&
buiten naar binnen**

*Communicatieplan
Provinciale Staten
Provincie Noord-Holland*

Inhoudsopgave

Blz.

Samenvatting	2
Inleiding	3
1. Communicatie: algemeen	4
2. Communicatie: op korte en middellange termijn	5
3. Communicatie lange termijn	7
4. Evaluatie	7
5. Plan van aanpak	7
Bijlage 1: Uitgangssituatie	8
Bijlage 2: Plan van aanpak activiteiten	9
Bijlage 3: Imago-onderzoek	12
Bijlage 4: Overzicht communicatieactiviteiten en –middelen	13

Samenvatting

Het communicatieplan voor Provinciale Staten is opgesteld naar aanleiding van gesprekken met diverse statenleden en medewerkers van de statengriffie en in overleg met de klankbordgroep die bestaat uit leden van het presidium.

De doelstelling van het communicatieplan is:

In de periode 2009-2011 meer bekendheid geven aan het werk van Provinciale Staten. Waarbij het accent ligt op de externe bekendheid en de dienstverlenende, volksvertegenwoordigende en kaderstellende rol van Provinciale Staten.

Uitgangspunten hierbij zijn

- De taken van PS: kaderstellend, controlerend en vertegenwoordigend.
- De politieke inhoud is een verantwoordelijkheid van de fracties, de communicatie is daarom vooral procescommunicatie. Communicatie over inhoud gebeurt slechts op hoofdlijnen.
- Statenleden hebben hun eigen verantwoordelijkheid betreffende partij- of persoonlijke communicatie.

De doelgroepen waar Provinciale Staten zich op richten zijn zeer divers en is afhankelijk van het onderwerp. Statencommissies kennen per domein/onderwerp verschillende doelgroepen, zowel op provinciaal, nationaal en Europees niveau.

De in het communicatieplan genoemde activiteiten richten zich vooral op:

1. contact met de samenleving
2. publiciteit genereren
3. bekendheid verhogen bij ambtelijke organisatie

Bij de communicatie naar de diverse doelgroepen staan de verschillende rollen en taken van Provinciale Staten en Gedeputeerde Staten centraal.

Naast de activiteiten die al plaatsvinden en die waar mogelijk geoptimaliseerd zullen worden, zal de komende twee jaar extra aandacht besteed worden aan de volgende activiteiten, waarbij de eerste vijf onderdelen en punt 10 prioriteit het komende half jaar uitgevoerd gaan worden:

1. Inzet regionale media
2. Persmoment na presidium
3. Ontvangst groepen, verzorgen rondleidingen in Provinciehuis (Paviljoen)
4. Geven van lezingen, gastlessen etc.
5. Themaproducties op RTV N-H
6. Spotjes van statenleden op internet
7. Ontwikkelen voorlichtings- en lesmateriaal
8. Imago-onderzoek
9. Introductieprogramma nieuwe medewerkers
10. Informatiebijeenkomst met beleidsmedewerkers
11. Communicatiebeleidsplan

Inleiding

Sinds de invoering van het dualisme voor de provincies in 2003 is er een strikte scheiding tussen Provinciale Staten (PS) en Gedeputeerde Staten (GS). PS hebben een volksvertegenwoordigende rol, richten zich op het stellen van kaders voor het uit te voeren beleid en controleren achteraf of de uitvoering daarvan aan hun wensen heeft beantwoord. GS voeren het gewenste beleid uit. Beide onderdelen hebben verschillende behoeften aan communicatie met de maatschappij.

In februari en maart 2009 hebben oriënterende gesprekken plaatsgevonden met leden van het presidium (inclusief de Commissaris van de Koningin), fractievoorzitters, de plaatsvervangend griffier, de (commissie)griffiers, communicatiemedewerkers statengriffie en het hoofd communicatie provincie Noord-Holland over de wensen en verwachting met betrekking tot een communicatieplan voor PS.

Uit de gesprekken kwam naar voren dat statenleden graag willen dat duidelijker naar buiten komt wat de rol van PS en de rol van GS is. Zowel bij organisaties als bij de individuele burgers is onvoldoende bekend wat de taken, bevoegdheden en verantwoordelijkheden van PS en GS zijn.

Samenvattend komt het erop neer de buitenwereld binnen te brengen in PS en de overwegingen en besluiten van PS weer naar de buitenwereld te brengen.

De uitkomsten van de gesprekken zijn verwerkt in dit communicatieplan dat opgesteld is in samenspraak met een klankbordgroep, bestaande uit de volgende leden van het Presidium: Nel Eelman, Anna van Heijst, Johan Kardol, Dré Kraak, Ton van der Meché, Rob van Oeveren, Louise Smits.

Verder wordt er een communicatiebeleid ontwikkeld. In samenspraak met de statenleden wordt het doel van het communicatiebeleid voor PS bepaald en aan de hand hiervan worden kernwaarden en uitgangspunten vastgesteld die de basis vormen van het communicatiebeleid.

Gedeputeerde Staten van Noord-Holland zijn bezig met het ontwikkelen van een corporate communicatiebeleidsplan. In dit plan staat de provincie centraal waarbij aandacht is voor GS en PS. Het communicatiebeleidsplan van PS zal, waar mogelijk, aansluiting vinden bij het corporate communicatiebeleidsplan.

1. Communicatie: algemeen

Dit communicatieplan richt zich vooral op de externe communicatie op de korte termijn. Wat betreft de communicatie op middellange en lange termijn wordt een communicatiebeleidsplan ontwikkeld. Hierin zal naast de externe communicatie ook aandacht zijn voor de interne communicatie.

Uitgangspunten

Uitgangspunten bij de communicatie zijn:

- De taken van PS: volksvertegenwoordigend, kaderstellend en controlerend.
- De politieke inhoud is een verantwoordelijkheid van de fracties. Communicatie over inhoud gebeurt op hoofdlijnen.
- Statenleden hebben hun eigen verantwoordelijkheid betreffende partij- of persoonlijke communicatie.

Doelstelling

Dit communicatieplan is gericht op de inzet van communicatiemiddelen op korte termijn. In de loop van 2009 wordt een communicatiebeleid voor de middellange en lange termijn ontwikkeld. In overleg met de statenleden wordt het doel van een communicatiebeleid voor PS bepaald en worden kernwaarden en uitgangspunten vastgesteld die de basis vormen van het communicatiebeleid.

Doelstelling communicatieplan:

In de periode 2009-2011 meer bekendheid geven aan het werk van Provinciale Staten. Waarbij het accent ligt op de externe bekendheid en de dienstverlenende, volksvertegenwoordigende en kaderstellende rol van Provinciale Staten.

De in te zetten communicatiemiddelen moeten ertoe bijdragen dat de bekendheid van de burger met PS wordt vergroot. Dit moet onder andere er toe leiden dat de doelgroepen op de hoogte zijn van de kaderstellende en volksvertegenwoordigende rol van PS en dat de verschillende doelgroepen hier ook naar handelen door bijvoorbeeld contact op te nemen met statenleden en statengriffie.

Doelgroepen

De doelgroepen waar PS zich op richten zijn zeer divers en is afhankelijk van het onderwerp. Statencommissies kennen per domein/onderwerp verschillende doelgroepen, zowel op provinciaal, nationaal en Europees niveau.

De externe doelgroepen zijn:

- inwoners van de provincie Noord-Holland
- belangenorganisaties
- maatschappelijke organisaties
- bedrijven
- overheden (gemeenten, rijk, andere provincies en waterschappen)
- media
- samenwerkingsverbanden
- toezichthouders

Interne doelgroepen zijn:

- statenleden en duo-commissieleden
- fracties en fractieondersteuners
- medewerkers statengriffie
- medewerkers ambtelijke organisatie

2. Communicatie: op korte en middellange termijn

In de periode 2009-2011 wordt door de inzet van diverse communicatiemiddelen en –activiteiten meer bekendheid geven aan het werk van Provinciale Staten van de provincie Noord-Holland. Waarbij het accent ligt op de externe bekendheid en de dienstverlenende, volksvertegenwoordigende en kaderstellende rol van Provinciale Staten.

Een aantal activiteiten kunnen direct worden uitgevoerd (de korte termijn) en andere activiteiten worden de komende twee jaar (tot 2011) verder ontwikkeld en uitgevoerd.

Extern

De externe communicatie richt zich vooral op:

1. contact met de samenleving (de buitenwereld)
2. publiciteit genereren

Ad 1. Contact met de samenleving

Doelgroepen

Afhankelijk van het onderwerp is de ene doelgroep meer betrokken dan de andere.

Extern:

Burgers, belangengroeperingen, maatschappelijke organisaties, overheden, bedrijfsleven.

Intern:

Griffiers, statenadviseurs, communicatieadviseurs, fractieondersteuning, ambtelijk apparaat.

Activiteiten

Om de doelstelling zichtbaarheid van PS te kunnen halen, is het nodig dat statenleden, de griffiers, de statenadviseurs en de communicatieadviseurs daadwerkelijk naar buiten gaan dan wel contact onderhouden met externe doelgroepen. De binnenwereld van PS wordt op deze manier naar buiten gebracht. Hierdoor wordt de bekendheid van PS vergroot en bovendien worden zo de signalen vanuit de maatschappij (de buitenwereld) opgevangen. Deze signalen kunnen vervolgens meegenomen worden bij de invulling van de taken van PS. Communicatie is tenslotte tweerichtingsverkeer.

Mogelijkheden om contact te leggen met de externe doelgroepen zijn er veel. Hierbij kan een onderverdeling gemaakt worden tussen activiteiten die meer gericht zijn op interactie met de doelgroepen en activiteiten die een meer representatief karakter hebben.

- Interactieve netwerkactiviteiten zijn bijvoorbeeld:
werkbezoeken; vergaderen op locatie; themadebatten/symposia; burgerforum/
panelgesprekken; inspraakbijeenkomsten; jeugddebatten/jeugdparlement; workshops

- Representatieve activiteiten zijn bijvoorbeeld:
ontvangst groepen; rondleidingen Paviljoen Welgelegen; promotieactiviteiten/evenementen;
Arondeuslezing; lezingen/gastlessen.

Uitvoering

De griffiers, statenadviseurs en de fractieondersteuners zijn, naast de statenleden, de eerste aanspreekpunten en contactpersonen voor de diverse doelgroepen. Zij initiëren, organiseren en ondersteunen de statenleden bij de invulling/uitvoering van de genoemde activiteiten.

De communicatieadviseurs ondersteunen de griffiers, statenadviseurs, de statenleden en eventueel de fractieondersteuners bij de uitvoering van de (externe) communicatie.

Medewerkers van het ambtelijk apparaat kunnen tijdens hun contacten met diverse doelgroepen aangeven wat de rol/taak van PS en wat de rol/taak van GS is.

Ad. 2 Publiciteit

Doelgroepen

Afhankelijk van het onderwerp is de ene doelgroep belangrijker dan de andere.

Extern:

Media, burgers, bedrijven, overheden, maatschappelijke organisaties en belangenorganisaties.

Intern:

Communicatieadviseurs, griffiers en statenadviseurs.

Activiteiten

Om publiciteit te genereren zijn onder andere de volgende activiteiten mogelijk: persberichten; advertenties; PS vergadering live op internet; impressie van statenvergaderingen; impressie/commissiebericht van commissievergaderingen; journalistieke producten aanbieden; persmoment voor PS; pagina provincie Noord-Holland in de huis-aan-huisbladen; kwartaal-uitgave NH; weekbericht op internet.

Uitvoering

De communicatieadviseurs in samenwerking met de griffiers en statenadviseurs (beide voor inhoudelijke inbreng) zorgen ervoor dat de activiteiten die (meer) publiciteit genereren uitgevoerd worden.

Intern

Wat betreft de communicatie op korte termijn richt dit communicatieplan zich op het verhogen van de bekendheid van PS bij de ambtelijke organisatie. In het nog te ontwikkelen communicatiebeleidsplan zal de interne communicatie verder worden uitgewerkt.

Bekendheid verhogen bij ambtelijke organisatie

Doelgroep

Ambtelijke organisatie provincie Noord-Holland

Activiteiten

Om PS meer zichtbaar te maken binnen de ambtelijke organisatie is het belangrijk dat de medewerkers van de provincie op de hoogte zijn wie de statenleden zijn en wat de taken, verantwoordelijkheden en bevoegdheden van PS zijn. Om dit te realiseren zijn de volgende activiteiten mogelijk: meewerken aan introductieprogramma nieuwe medewerkers; tekst in informatiemap nieuwe medewerkers; informatiebijeenkomsten met beleidsmedewerkers; smoelenboek; PS op Het Plein (intranet); PS in personeelsblad; narrowcasting.

Uitvoering

Statenleden samen met griffiers en communicatie-adviseurs zorgen ervoor dat PS meer bekendheid krijgen binnen het ambtelijk apparaat.

Verschillende rollen en taken PS en GS

De verschillende rollen en taken van PS en GS binnen de provincie moeten duidelijker naar voren komen. Bij alle uitingen waar dit relevant is moet dit extern en intern duidelijk gemaakt worden. Dit geldt zowel bij de contacten met de doelgroepen als bij het genereren van publiciteit.

3. Communicatie lange termijn

Een volgende stap is het ontwikkelen van een communicatiebeleidsplan. Samen met de klankbordgroep wordt het doel, de kernwaarden en uitgangspunten opgesteld die de basis vormen voor een meerjarenbeleid.

4. Evaluatie

Om te kunnen vaststellen of de doelstelling is gehaald en de inzet van de communicatiemiddelen de juiste is, is het nodig dat er een imago-onderzoek komt. (zie bijlage 3)

Hierna is het van belang om dit onderzoek regelmatig te herhalen, bijvoorbeeld iedere twee jaar. Bekeken wordt dan of de doelstelling gehaald is. Daarnaast is het nuttig om bijvoorbeeld eenmaal per jaar te evalueren met de klankbordgroep communicatie of het communicatieplan nog aan de verwachtingen voldoet of dat de inzet van de communicatiemiddelen moet worden aangepast. Verder zullen de planning en uitvoering in de gebruikelijke jaarplancycclus worden opgenomen. De jaarplannen van de griffie worden vastgesteld door het presidium.

In het voorjaar van 2009 heeft een HBO-afstudeerstudent onderzoek gedaan naar de volksvertegenwoordigende rol van PS van de provincie Noord-Holland ten opzichte van de door de provincie structureel gesubsidieerde maatschappelijke organisaties. De resultaten van dit onderzoek zullen eventueel gebruikt worden voor de verdere ontwikkeling van het communicatiebeleidsplan.

5. Plan van aanpak

Om een plan van aanpak te kunnen maken is het nodig dat er besloten wordt welke activiteiten wanneer uitgevoerd worden, waarbij de verwachte effectiviteit voorop staat. In bijlage 4 staat een overzicht per doel en doelgroep van communicatiemiddelen en activiteiten die nu ingezet worden en activiteiten en middelen die extra ingezet kunnen worden.

Voorgesteld wordt om de activiteiten die nu al plaatsvinden te blijven doen en daar waar mogelijk te optimaliseren. Daarnaast zal **extra** aandacht besteed worden aan de volgende activiteiten:

1. Inzet regionale media
2. Persmoment na presidium
3. Ontvangst groepen, verzorgen rondleidingen in provinciehuis (Paviljoen)
4. Geven van lezingen, gastlessen etc.
5. Themaproducties op RTV N-H
6. Spotjes van statenleden op internet
7. Ontwikkelen voorlichtings- en lesmateriaal
8. Imago-onderzoek
9. Introductieprogramma nieuwe medewerkers
10. Informatiebijeenkomst met beleidsmedewerkers
11. Communicatiebeleidsplan

De eerste vijf onderdelen en punt 9 worden het komende half jaar (najaar 2009-voorjaar 2010) uitgevoerd en de andere activiteiten in de loop van de komende twee jaar. (zie bijlage 2)

Bijlage 1

Uitgangssituatie

Sinds de invoering van het dualisme in 2003 zijn de rollen van Provinciale Staten (PS) en Gedeputeerde Staten (GS) binnen de provincie veranderd.

Provinciale Staten zijn onafhankelijk en voeren zelfstandig de volgende taken uit:

1. de kaderstellende taak; dit betekent dat PS aan GS voorwaarden (kaders) meegeven met betrekking tot het te ontwikkelen beleid
2. de controlerende taak; dit betekent dat PS controleren of het college van GS het door PS gewenste beleid op de afgesproken manier uitvoert
3. de volksvertegenwoordigende taak; dit betekent dat PS de inwoners van de provincie Noord-Holland vertegenwoordigt
4. eenmaal in de vier jaar, na de provinciale verkiezingen, kiezen PS de leden van de Eerste Kamer. Dit betekent dat de burgers van de provincie indirect bepalen wie in de Eerste Kamer komen

PS zijn het hoogste bestuurlijke orgaan van de provincie. Het college van GS is het dagelijks bestuur en PS het algemeen bestuur.

Provinciale Staten van de provincie Noord-Holland bestaan uit 55 leden. De leden vormen samen met partijgenoten een politieke fractie. Provinciale Staten van Noord-Holland bestaan uit tien fracties.

Statengriffie

PS hebben een eigen ambtelijke staf: de statengriffie. De griffie is een zelfstandige organisatie die rechtstreeks valt onder de verantwoordelijkheid van PS.

De griffie heeft 20 medewerkers (\pm 17 fte) die zich bezighouden met de voorbereiding en organisatie van de vergaderingen van PS. Verder adviseren zij de statenleden bij de uitoefening van hun wettelijke taken.

Naast (commissie)griffiers, statenadviseurs, medewerkers statenzaken en secretariële ondersteuning zijn er bij de statengriffie van de provincie Noord-Holland ook drie medewerkers communicatie actief: een senior communicatieadviseur, een communicatieadviseur en een medewerker digitale communicatie.

Communicatiebeleid GS

Het college van GS heeft eigen ambtelijke ondersteuning, waaronder een communicatieafdeling. Het hoofd van de sector communicatie ontwikkelt samen met GS een corporate communicatieplan.

Bijlage 2

Plan van aanpak extra uit te voeren communicatie-activiteiten

Korte termijn:

Wat	Wie	Wanneer (2009-2010)	Opmerkingen
Advertentie agenda PS in h-a-h-bladen	<i>Com.griffie:</i> zoekt uit wat mogelijkheden zijn, maakt advertentie en zorgt dat het geplaatst wordt	Na vaststellen communicatieplan: oktober 2009	Ruimte voor agenda reserveren/10x Kosten:
Advertentie agenda PS in dagbladen	<i>Com.griffie:</i> zoekt uit wat mogelijkheden zijn, maakt advertentie en zorgt dat het geplaatst wordt	Na vaststellen communicatieplan: oktober 2009	Ruimte voor agenda reserveren/10x Kosten:
Inzet lokale media	<i>Com.griffie:</i> stelt lijst samen en zorgt bij persberichten voor extra informatie <i>Statenleden:</i> vragen van media beantwoorden en media zelf benaderen bij nieuws	Na vaststellen communicatieplan: oktober 2009	- Lijst met lokale media opstellen + overzicht woonplaats statenleden. - Stimuleren dat ze van elkaar 'gebruik maken'. - Persberichten naar h-a-h-bladen extra aandacht geven en namen regionale statenleden toevoegen
Perismoment na presidium voor PS	<i>Com.griffie:</i> nodigt pers uit <i>Vz presidium/ fractievz/cie.vz.:</i> lichten PS vergadering toe en beantwoorden vragen pers	Na vaststellen communicatieplan: 1 ^e keer wordt voor PS van 9 november 2009	Specifiek onderwerp uit PS toelichten
Ontvangst groepen, rondleidingen, Open Huis in Paviljoen	<i>Com.griffie:</i> stelt actief uitnodigingsbeleid op. Na goedkeuring van voorstel, coördineren bijdrage PS <i>Statenleden:</i> Bijdrage bij ontvangst groepen en rondleidingen	Na vaststellen communicatieplan: oktober-december opstellen en vaststellen voorstel. Met ingang van januari 2010 actief uitnodigingsbeleid	Schoolklassen t/m gasten PS.

Wat	Wie	Wanneer (2009-2010)	Opmerkingen
Lezingen, gastlessen, burgercursus	<i>Com.griffie:</i> Voorstel maken hoe doelgroepen benaderd kunnen worden voor lezingen etc. Informatiemateriaal verzamelen en eventueel maken. <i>Statenleden:</i> (eventueel i.s.m. com.griffie) Geven van lezingen, gastlessen etc.	Na vaststellen communicatieplan: oktober-december opstellen en vaststellen voorstel. Met ingang van januari 2010 voorstel uitvoeren.	Toelichten hoe provincie werkt. Zelf aanbieden.
Voorlichtings- en lesmateriaal	<i>Com.griffie + com.prov.:</i> Voorlichtings- en lesmateriaal (laten) ontwikkelen ter ondersteuning van lezingen etc. door statenleden	Na vaststellen communicatieplan: (Deel)materiaal voor 1 januari 2010 gereed. Verder ontwikkelen in 2010.	Duidelijk maken wat provincie doet en wat de rollen van PS en GS zijn. Maatwerk maken voor diverse soorten presentaties. Bv. simulatiespel
Themaproducties op RTV N-H	<i>Comm.griffie:</i> In overleg met RTV N-H mogelijkheden uitzoeken. Aan de hand van de mogelijkheden een voorstel maken.	Na vaststellen communicatieplan: Overleg RTV N-H in oktober-november 2009. December maken voorstel. Daarna uitvoering.	
Introductiebijeenkomst nieuwe medewerkers	<i>Comm.griffie:</i> Coördineren bijdrage statenleden in introductieprogramma <i>Statenleden:</i> 1x twee maanden toelichten rol en werk PS	Vanaf september 2009 licht een vertegenwoordiger van PS toe wat PS is en doet.	Tijdens bijeenkomst wordt smoelenboek PS uitgedeeld.
Informatiemap nieuwe medewerkers	<i>Com.griffie:</i> Informatie beschikbaar stellen voor introductiemap	Vanaf september 2009 zorgt comm.griffie voor informatie voor de introductiemap.	

Middenlange termijn

Wat	Wie	Wanneer (2010-2011)	Opmerkingen
Spotjes statenleden op internet voor en tijdens pauzes PS (tijdens live-uitzending)	<i>Com.griffie:</i> uitzoeken bij o.a. RTV N-H wat mogelijkheden zijn. <i>Statenleden:</i> meewerken aan het maken van spotjes.	Januari 2010	Interviews actuele PS onderwerpen
Informatiebijeenkomsten met beleidsambtenaren	<i>Com.griffie+griffiers:</i> Organiseren (informele) bijeenkomsten met beleidsambtenaren <i>Statenleden:</i> meewerken aan bijeenkomsten	2x in 2010 organiseren	Met beleidsambtenaren 1a2x per jaar een (informele) bijeenkomst houden
Imago-onderzoek	<i>Com.griffie:</i> Voorstel imago-onderzoek opstellen. Samenwerking met com.prov. <i>Extern bureau:</i> Voert onderzoek uit <i>Statenleden:</i> Vertegenwoordiging uit presidium vormt begeleidingsgroep	Voorjaar 2010	In voorjaar 2010 imago-onderzoek laten uitvoeren en 1x twee jaar herhalen. Resultaten o.a. gebruiken voor verkiezingscampagne

Lange termijn

Wat	Wie	Wanneer (2010-2015)	Opmerkingen
Communicatiebeleidplan	<i>Com.griffie:</i> Schrijven van een communicatiebeleidsplan <i>Statenleden:</i> Klankbordgroep communciatie denkt mee	Voorjaar 2010 beginnen met ontwikkelen en schrijven communicatiebeleidsplan	

Bijlage 3

Imago-onderzoek

In het voorjaar van 2010 wordt een representatieve streekproef uitgevoerd naar het beeld dat de inwoners van de provincie hebben van de provincie Noord-Holland. Dit onderzoek wordt uitgevoerd door een extern onderzoeksbureau.

Uitgangspunt is om het onderzoek over twee jaar te herhalen zodat duidelijk wordt of de gekozen communicatiemiddelen toereikend zijn om de doelstelling (meer bekendheid geven aan het werk van PS) te halen.

Bijlage 4

Algemeen overzicht communicatie-activiteiten en -middelen

Contact met de samenleving

Doel: Meer bekendheid PS door contact met samenleving te vergroten
 Doelgroep: Burgers, belangengroeperingen, maatschappelijke organisaties, overheden, Bedrijfsleven
 Volgorde: Gerangschikt naar prioriteit

Activiteiten:

Wat blijven doen	Wie	Effect	Opmerking
Werkbezoeken (a.d.h. van lange termijn kalender = Lta)	Statenleden + griffie	Korte en lange termijn	Verslag na afloop werkbezoek naar pers en op internet. Pers uitnodigen mee te gaan.
Ambassadeur	Statenleden + griffie	Korte en lange termijn	Aanwezig bij promotieactiviteiten, evenementen:netwerken
Inspraakavonden, -bijeenkomsten etc.	Statenleden + griffie	Korte en lange termijn	Afhankelijk van onderwerp
Kennisdeling: themadebatten, symposia etc.	Statenleden + griffie	Korte en lange termijn	Per onderwerp betrokken doelgroepen uitnodigen
Lobby rijk en Europese instanties	Statenleden + griffie	Lange termijn	Bezoeken etc.
Smoelenboek	Griffie	Lange termijn	2x per jaar aangepaste versie
Jaarverslag PS	Griffie	Lange termijn	1x per jaar
Arondeuslezing	Statenleden + griffie	Lange termijn	1x per jaar georganiseerd door PS
Jeugddebate en jeugdparlement	Statenleden + com.prov.	Lange termijn	Wordt 1x per jaar georganiseerd

Wat extra doen	Wie	Effect	Opmerking
Lezingen, gastlessen, burgercursus	Statenleden + griffie	Lange termijn	Zelf aanbieden.
Ontvangst groepen, rondleidingen, Open Huis in Paviljoen	Statenleden + griffie + com.prov.	Lange termijn	Schoolklassen t/m gasten PS. Actief uitnodigingsbeleid opstellen.
Imago-onderzoek	Extern bureau + griffie + presidium + com.prov.	Korte en lange termijn	In voorjaar 2010 imago-onderzoek laten uitvoeren en 1x twee jaar herhalen. Resultaten o.a. gebruiken voor verkiezingscampagne

Wat extra doen	Wie	Effect	Opmerking
Vergaderen op locatie	Statenleden + griffie + ambtelijke org.	Korte en lange termijn	2x per zittingsperiode (a.d.h. Lta)
Burgerforum/panel-gesprekken	Statenleden + griffie	Korte en lange termijn	Luisteren naar 'de buitenwereld'; 2x per jaar (a.d.h. van Lta)
Vergadercultuur	Presidium + griffie	Korte en lange termijn	Vergaderingen toegankelijker maken voor publiek
Vaardigheids-trainingen	Statenleden + griffie	Korte en lange termijn	Mediatrainingen, vergadertechnieken etc
Inbelprogramma's	Statenleden + griffie	Korte en lange termijn	Afhankelijk van onderwerp. SI heeft dit een keer met succes gedaan.
Bustocht door provincie	Statenleden + griffie	Lange termijn	Bijv. 2x per zittingsperiode

Publiciteit

- Doel: Meer bekendheid PS door meer publiciteit te genereren
- Doelgroep: Media, burgers, bedrijven, overheden, maatschappelijke organisaties, belangenorganisaties
- Volgorde: Gerangschikt naar prioriteit

Activiteiten:

Wat blijven doen	Wie	Effect	Opmerkingen
Advertentie m.b.t. inspraakbijeenkomsten in h-a-h-bladen en dagbladen	Griffie	Korte termijn	Bepaalde ruimte reserveren zodat agenda er altijd in kan
Persbericht met link naar agenda en stukken cie en PS	Griffie	Korte termijn	Pers belangstelling is afhankelijk van onderwerpen
Persbericht n.a.v. belangrijke zaken	Griffie	Korte termijn	Afhankelijk van het onderwerp
Impressie PS na 2 dagen op internet	Tekstschrijver	Korte termijn	Korte samenvatting zou ook naar h-a-h-bladen gestuurd kunnen worden
PS live via internet	Griffie	Korte en lange termijn	Uitzoeken hoeveel bezoekers/kijkers
Internet: eigen deel PS op site provincie	Griffie	Korte en lange termijn	Kan meer uitgebouwd worden. Internet site wordt vernieuwd
Weekbericht op internet	Com.prov.	Korte en lange termijn	Wekelijks bericht van GS-besluiten, statenvragen e.d.

Wat blijven doen	Wie	Effect	Opmerkingen
Pagina provincie Noord-Holland in h-a-h-bladen	Com.prov. + griffie	Korte en lange termijn	8x per jaar. Ruimte PS kan groter
Kwartaalblad NH	Com.prov. + griffie	Korte en lange termijn	Ruimte voor PS kan groter
Personeelsblad Op Dreef	Com.prov. + griffie	Korte en lange termijn	Ruimte voor PS kan groter
Narrowcasting	Com.prov.	Korte termijn	Beeldscherm bij receptie, vnl. nieuws GS

Wat extra doen	Wie	Effect	Opmerkingen
Advertentie agenda PS in h-a-h-bladen	Griffie	Korte termijn	Ruimte voor agenda reserveren/10x
Advertentie agenda PS in dagbladen	Griffie	Korte termijn	10x
Inzet lokale media	Griffie + statenleden	Korte en lange termijn	Lijst met lokale media opstellen + overzicht woonplaats statenleden. Stimuleren dat ze van elkaar 'gebruik maken'. Persberichten naar h-a-h-bladen extra aandacht geven en namen regionale statenleden toevoegen
Persmoment na presidium voor PS	Vz presidium/ fractievz/cie.vz.	Extra info pers	Specifiek onderwerp uit PS toelichten
Themaproducties op RTV N-H	Griffie	Lange termijn	Uitzoeken wat mogelijkheden zijn
Spotjes statenleden op internet voor en tijdens pauzes PS	Griffie/rtv N-H/statenleden	Korte termijn	Interviews actuele PS onderwerpen
Huisstijl	Griffie	Korte en lange termijn	Eigen accenten PS inbrengen
Wensen media inventariseren	Griffie	Korte en lange termijn	Afspraken maken aandacht voor PS
Besluitenlijst/ commissiebericht na cie.vergaderingen	Griffie/tektschrijver	Korte termijn	Naar media, internet en intranet
Nieuwsbrief PS (digitaal)	Griffie/tektschrijver	Korte en lange termijn	10x per jaar

Wat extra doen	Wie	Effect	Opmerkingen
Journalistiek producties aanbieden	Griffie/tekstschrijver	Korte termijn	'stopperpagina's' voor dagbladen en h-a-h-bladen
Persdossiers	Griffie/com.prov.	Korte en lange termijn	Achtergrond dossiers voor pers. Afhankelijk van onderwerp
Teletekst: agenda cie en PS, info over PS	Griffie	Korte en lange termijn	Com.prov. verzorgt al pagina op teletekst
Politieke zendtijd bij regionale omroep	Statenleden + griffie	Korte en lange termijn	Uitzoeken wat mogelijkheden zijn
Geluidsopnames cie.verg. via internet	Griffie	Korte termijn	

Intern: Bekendheid verhogen bij ambtelijke organisatie

Doel: PS zichtbaar maken binnen ambtelijke organisatie

Doelgroep: Ambtelijke organisatie provincie Noord-Holland

Volgorde: Gerangschikt naar prioriteit

Activiteiten:

Wat blijven doen	Wie	Effect	Opmerkingen
Smoelenboek	Griffie	Korte en lange termijn	Alle medewerkers provincie boekje sturen.
Narrowcasting	Com.prov.	Korte termijn	Op beeldscherm bij receptie moet meer informatie PS komen.
Personeelsblad Op Dreef	Com.prov.	Korte en lange termijn	8x per jaar. Meer ruimte voor PS
Intranet: Het Plein	Com.prov.	Korte en lange termijn	Het Plein is de intranetsite van de provincie. Hier vaker berichten PS plaatsen

Wat extra doen	Wie	Effect	Opmerkingen
Introductiebijeenkomst nieuwe medewerkers	Statenleden + griffie + prov.	Korte en lange termijn	PS zou hier een rol in kunnen spelen
Informatiemap nieuwe medewerkers	Griffie	Korte en lange termijn	Nieuwe medewerkers krijgen een informatiemap tijdens de introductie. Hier kan PS duidelijker in naar voren komen

Wat extra doen	Wie	Effect	Opmerkingen
Informatiebijeenkomsten	Griffie + statenleden	Korte en lange termijn	Met beleidsambtenaren 1a2x per jaar een (informele) bijeenkomst houden

Verschillende rollen en taken PS en GS

Doel: Meer bekendheid geven aan rol PS en rol GS binnen provincie

Doelgroep: Media, burgers, bedrijven, overheden, maatschappelijke organisaties, belangenorganisaties

Volgorde: Gerangschikt naar prioriteit

Activiteiten:

Wat extra doen	Wie	Effect	Opmerkingen
Voorlichtings- en lesmateriaal	Griffie + com.prov.	Korte en lange termijn	Duidelijk maken wat provincie doet en wat de rollen van PS en GS zijn. Maatwerk maken voor diverse soorten presentaties. Bv. simulatiespel
Communicatiebeleid-plan PS	Com.griffie + statenleden	Lange termijn	PS bepaalt eigen uitgangspunten en doelen voor komende jaren
Corporate communicatiebeleid	Com.prov. + griffie	Lange termijn	Zorgen dat PS duidelijk zichtbaar is in corporate communicatiebeleid