

Vergaderjaar 2008–2009

31 700 III

Vaststelling van de begrotingsstaten van het Ministerie van Algemene Zaken, het Kabinet der Koningin en de Commissie van toezicht betreffende inlichtingen- en veiligheidsdiensten (III) voor het jaar 2009

Nr. 3

BRIEF VAN DE MINISTER PRESIDENT, MINISTER VAN ALGEMENE ZAKEN

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 16 september 2008

Hierbij zend ik u, evenals voorgaande jaren, het overzicht van de voorgenomen publiekscampagnes, die volgend jaar gebruik maken van radio- en televisiezendtijd in Postbus 51.¹ De lijst telt 20 campagnes. In bijlage 1 wordt elke campagne kort toegelicht.

Als zendgemachtigde beschikt de rijksoverheid over een vaste hoeveelheid radio- en televisiezendtijd bij de publieke zenders. Daarnaast wordt zendtijd voor Postbus 51 ingekocht bij de commerciële stations. Om deze zendtijd zo goed mogelijk te benutten, worden alle campagnes onderzocht op hun effectiviteit. De resultaten van dit effectonderzoek worden jaarlijks aan u toegezonden. Op 27 juni 2008 heeft u de Jaarevaluatie van de in 2007 gevoerde campagnes ontvangen.

Tijdens de begrotingsbehandeling van AZ op 10 oktober 2007 heb ik met de Tweede Kamer onder andere gesproken over de Postbus 51-campagnes. Naar aanleiding van vragen gaf ik toen aan dat door het groeiende aanbod van de campagnes de effectiviteit van de afzonderlijke boodschappen onder druk is komen te staan. Daarom is besloten de hoeveelheid campagnes te verminderen en de samenhang tussen campagnes te vergroten. Het kabinet heeft dit onderstreept in de nota «Vernieuwing Rijksdienst».

2009 en 2010 zijn overgangsjaren. In die periode zal het kabinet de volgende stappen zetten:

- De samenhang van de Postbus 51-campagnes wordt vergroot door deze onder een beperkt aantal thema's te communiceren. Deze «thematische aanpak» wordt vormgegeven in het kader van het project Overheidscommunicatie Nieuwe Stijl (ONS). Ik streef er naar om in 2009 de eerste thema's in de Postbus 51-campagnes zichtbaar te maken. In 2010 volgen de overige thema's.

¹ Ter inzage gelegd bij het Centraal Informatiepunt Tweede Kamer.

- Onder regie van de VoRa wordt een technische uitvoeringstoets ontwikkeld die de afweging ondersteunt in hoeverre het noodzakelijk is om voor een aangemelde campagne radio en televisie in te zetten. De uitvoeringstoets kan naar verwachting in 2009 als pilot worden ingezet (dus bij de toetsing van de Postbus 51-campagnes voor 2010).

Het vernieuwde aanmeldings- en toetsingstraject is naar verwachting aan het eind van deze kabinetsperiode gerealiseerd. Daarmee dragen de Postbus 51-campagnes bij aan een grotere effectiviteit en herkenbaarheid van de communicatie en een grotere overzichtelijkheid voor de burger. De invoering van een rijksbrede huisstijl zal naar verwachting een positieve invloed hebben op de verdere uitwerking en implementatie hiervan.

Indien u daar prijs op stelt, ben ik bereid te bevorderen dat leden van de Tweede Kamer uitgebreider worden geïnformeerd over de wijze waarop Postbus 51-campagnes worden voorbereid, uitgevoerd en onderzocht. Dit kan gebeuren door middel van een technische toelichting bij de Dienst Publiek en Communicatie van de Rijksvoorlichtingsdienst. Daarbij kan ook de methode van toetsing van de Postbus 51-campagnes en de selectie daarvan aan de orde komen.

Tot slot, als zendgemachtigde ben ik verantwoordelijk voor de uitzendingen in de zendtijd van Postbus 51, maar vervolgens is iedere minister verantwoordelijk voor de inhoud van campagnes die op zijn/haar beleids-terrein worden gevoerd. Dit betekent dat vragen of opmerkingen over individuele campagnes aan de orde kunnen komen bij de begrotings-behandeling van het betreffende ministerie. Voor de volledigheid treft u in bijlage 2 achtergrondinformatie aan over de definitie van massamediale campagnes, de toetsingsprocedure en de huidige selectiecriteria die gelden voor het inzetten van Postbus 51.¹

De minister-president,
minister van Algemene Zaken,
J. P. Balkenende

¹ Ter inzage gelegd bij het Centraal Informatiepunt Tweede Kamer.