

Vergaderjaar 2009–2010

**29 385**

## **Aanleg en de aanpassing van hoofdinfrastructuur**

**Nr. 59**

### **BRIEF VAN DE MINISTER VAN VERKEER EN WATERSTAAT**

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 21 april 2010

Op 26 november 2009 is door de leden Cramer en Mastwijk een motie ingediend waarin wordt gevraagd te onderzoeken in hoeverre Rijkswaterstaat kan bezuinigen op de advertentiebudgetten met betrekking tot wegwerkzaamheden door soberder advertenties, zonder in te boeten op de effectiviteit, gezamenlijke inkoop en multimediale advertenties (kamerstuk 32 123 XII, nr. 34).

#### **Tevredenheid weggebruikers over de informatievoorziening**

Uit onderzoek van Rijkswaterstaat blijkt dat in 2009 71% van de weggebruikers tevreden was over de informatievoorziening die men vooraf krijgt (gemiddelde over de vier kwartalen). De tevredenheid over de informatievoorziening die men vooraf krijgt is in 2009 gelijk gebleven aan voorgaande jaren.

Met betrekking tot de communicatie zien we een aantal zaken herhaaldelijk terugkomen:

- Men wil graag duidelijke informatie;
- Men wil tijdig op de hoogte worden gebracht van aanstaande werkzaamheden;
- Over het algemeen wil men ook graag weten waar Rijkswaterstaat mee bezig is,

en wat ze voor de burgers doen.

In verdere analyses komt hetzelfde beeld naar voren: de tevredenheid over publiekgerichtheid hangt vooral samen met duidelijk informeren en communiceren.

## **Frequentie en uitstraling advertenties**

Gelet op het belang dat de weggebruiker hecht aan een duidelijke en tijdige informatievoorziening zal het terugbrengen van de plaatsingsfrequentie van advertenties met betrekking tot wegwerkzaamheden niet bijdragen aan een grotere tevredenheid. Te verwachten valt dat de kwaliteit van de informatievoorziening juist zal afnemen.

De huidige hinderadvertenties worden doorgaans vormgegeven in zwart met één steunkleur, met andere woorden geen full colour. Het plaatsen van advertenties in zwart/wit zou slechts een geringe kostenbesparing opleveren en bovendien ten kosten gaan van de attentiewaarde en dus de communicatiekracht. Vormgeving gebeurt volgens vaststaand, eenmalig ontwikkeld stramien zodat advertenties niet steeds helemaal nieuw vormgegeven hoeven te worden en vormgevingkosten beperkt blijven

## **Inkoopbundeling**

Inkoop van advertenties en andere media uitingen door Rijkswaterstaat gebeurt centraal door de RVD, volgens regeling media inkoop van Ministerie van Algemene Zaken.

De rijksoverheid is op basis van de Regeling media-inkoop verplicht om de media-inkoop via de Rijksvoorlichtingsdienst (RVD) te laten verlopen. Daarnaast verzorgt de RVD ook de media-inkoop voor organisaties gelieerd aan de rijksoverheid. Hierdoor kan de RVD en haar media-inkoop bureau (volume) contracten afsluiten met media-exploitanten waarmee aanzienlijke inkoopkortingen worden bereikt. Gemiddeld over alle mediatypen levert dit jaarlijks ca. 32% kostenbesparing op ten opzichte van de mediatarieven welke de Ministeries bij afzonderlijke inkoop hadden moeten betalen.

## **Verschuiving van print naar online**

De communicatiestrategie van Rijkswaterstaat gaat uit van een verschuiving van offline naar online. Online communicatie maakte mogelijk om burgers persoonlijker en daarmee effectiever informeren over hinder door wegwerkzaamheden. Voorbeelden van initiatieven op dit gebied zijn het verbeteren van de wensite van [AnaarBeter.nl](http://AnaarBeter.nl), het gebruik van Twitter en het ontsluiten van [www.rijkswaterstaat.nl](http://www.rijkswaterstaat.nl) via mobiele telefoon. Verwachting is dat door het toenemend gebruik van online communicatiemiddelen de inzet van print zal verminderen. Te verwachten valt dat de effectiviteit van de communicatie rondom wegwerkzaam hiermee zal toenemen. In hoeverre dit tot het terugbrengen van de totale communicatiekosten zal leiden is op dit moment nog niet aan te geven.

## **Conclusie**

Advertenties met betrekking tot hinder door wegwerkzaamheden worden op dit moment sober vormgegeven en gezamenlijk ingekocht. Kostenbesparing zal alleen plaats kunnen vinden door de frequentie van de advertenties terug te brengen. Alleen bij een grotere inzet van online communicatiemiddelen kan dit zonder in te boeten op de effectiviteit. Omdat deze verschuiving nog van recente datum is, is nog onduidelijk hoe de afname van printkosten en de toename van kosten voor online communicatie zich tot elkaar verhouden.

De minister van Verkeer en Waterstaat,  
C. M. P. S. Eurlings