

UNIVERSITEIT TWENTE.

Drienerlolaan 5
7522 NB Enschede

Postbus 217
7500 AE Enschede

www.utwente.nl

Aan het College van Bestuur

uw kenmerk		telefoon	053 - 489 2027
ons kenmerk	UR 11 - 023	fax	
datum	21 januari 2011	e-mail	j.ribberink-vanmiddelkoop@utwente.nl
bijlage(n)			
cc.			
onderwerp	Reorganisatieplan Marketing en Communicatie functie Universiteit Twente		

Geacht College van Bestuur,

De URaad heeft uw verzoek tot instemming op een voorgenomen besluit tot reorganisatie van de Communicatie en Marketing functie ontvangen.

De URaad deelt uw voornemen de functie Communicatie en Marketing te verbeteren en in principe staat de URaad niet afwijzend tegenover de gedachte dat er meer regie moeten komen op deze functie(s). Ook het zo efficiënt mogelijk omgaan met de beschikbare (financiële) middelen wordt gedeeld. Als belangrijk adagium geldt daarbij: gezamenlijk waar het kan, maatwerk waar het moet.

Voor de URaad staat de cultuur rond *het maken en handhaven* van afspraken voorop. Wanneer bepaalde zaken niet naar wens functioneren wordt daarbij snel gekeken naar ingrepen in de onderliggende (deel)organisatie. Maar of dat het enige en juiste middel is om het doel te bereiken is vaak nog de vraag. Om in dit specifieke geval de regie over en het belang van goede (corporate) communicatie ook in praktisch zin te onderstrepen, wordt het inrichten van een afzonderlijke concerndirectie met een goede argumentatie door de URaad niet afgewezen. Daarbij ziet de URaad het belang van een goede ondersteuning van de onderzoeksinstituten en andere eenheden buiten de afzonderlijke faculteiten die vanuit een dergelijke concerndirectie georganiseerd zou kunnen worden. Het scheppen van kaders in de vorm van een interface (convenant) tussen centraal en gebruikers, in casu de faculteiten, instituten en overige eenheden en het professionaliseren van de betrokken functionarissen vormen tevens belangrijke hoofdtaken. Ook bij het inspelen op de uitdagingen die ons in de komende jaren te wachten staan is een belangrijke rol weggelegd voor de communicatiefunctie.

1. De documenten die u heeft gestuurd en de reacties op onze vragen in de advies- (september 2010) en de instemmingcyclus (december 2010) hebben - zeker in een eerder stadium - niet geleid tot het wegnemen van de vrees dat bij centralisatie in de door u voorgestelde vorm de regie, de kwaliteit en de (financiële) efficiency niet zal verbeteren zoals beoogt.
2. Het gaat de URaad met name om de verhouding met de faculteiten. Het CvB rekent de faculteiten (terecht) af op de prestaties, waaronder de instroom van studenten in de bachelor- en masteropleidingen. Maar dan moet het CvB de faculteiten ook de ruimte gunnen om – binnen gezamenlijke kaders - naar eigen inzichten een en ander te

UNIVERSITEIT TWENTE.

faciliteren. Het door u voorgestelde model waarbij resp. 0.5 fte en 1.0 fte kunnen worden aangewend voor account management en gedetacheerde uitvoering vormt met name het spanningsveld in de huidige voorstellen en omvat het grootste deel van het verzet in de faculteiten. Ook het inzetten van “vliegende teams” kan deze zorgen niet wegnemen omdat de specifieke binding met de cultuur en inhoud van de afzonderlijke opleidingen van groot belang is. Ook in de brief van de facultaire communicatieadviseurs - waarin gepleit wordt voor instemming van de URaad - blijkt dit een punt van zorg: “ de zorg over de – nu nog nauwe – contacten met de opleidingen en onderzoekers na de reorganisatie, blijft wat ons betreft overeind”. En ook uit het verslag van het extra CvB-D overleg d.d. 17 januari 2011 blijkt weliswaar dat op hoofdlijnen wordt ingestemd maar dat specifieke details nog moeten worden uitgewerkt en het functioneren van de nieuwe organisatie periodiek moet worden geëvalueerd en waar nodig moet worden bijgestuurd/aangepast. Daarom vragen wij u de nodige garanties in de volgende vorm. Voor het jaar 2012 worden zowel in de decentrale als het universitaire jaarplan de geplande communicatieactiviteiten expliciet opgenomen. Aan de hand van afspraken over decentrale communicatie activiteiten en de jaarplannen wordt begin 2012 de omvang van de verschillende onderdelen van de communicatie-eenheid geëvalueerd en in overleg met de URaad worden de afspraken in het reorganisatieplan daarover aangepast. Een tweede algehele evaluatie van de doelstellingen van deze reorganisatie wordt de URaad begin 2013 aangeboden.

Naast het bovenstaande algemene beeld plaatsen wij nog de volgende afzonderlijke kanttekeningen:

- 1 De voorgenomen volledige omslag van aanbodgerichte naar doelgroepgerichte communicatie ten aanzien van de opleidingen is riskant. Ten eerste is slechts in globale zin aangegeven wat dan de doelgroepen zijn en in hoeverre dat sterk afwijkt van de doelgroep van belangstellenden voor (groepen van) opleidingen. Ten tweede dient belangstelling voor de UT altijd vertaald te worden naar een keuze voor een opleiding. Een substantieel deel van de studenten wil gerichte informatie van opleidingen. Wel dienen de algemene UT-communicatie en de specifieke communicatie beter afgestemd te worden (ook in de volgorde) en elkaar te versterken.
- 2 De analyse die is gemaakt in de stukken van CvB is beperkt en roept nog de nodige vragen op:
 - Pagina 3 in de laatste brief UR 10- 330 (november 2010): Een uitspraak die neerkomt op het ontbreken van beleid en kaders en het gebrek aan centrale sturing. Wat is de werkelijke reden daarvan? Kan het misschien zijn dat de relevante kaders ontbreken?
- 3 Ten aanzien van analyse van de huidige taken van communicatiemedewerkers wordt gemakshalve de veelheid van taken vergeten die facultaire communicatiemedewerkers en studenten-assistenten binnen of in het verlengde van hun functies thans uitvoeren. Dat gaat niet alleen om interne UT-communicatie maar ook om de facultaire communicatie en het organiseren van evenementen (mastervoorlichting, congressen etc.). Indien taken slechts worden uitgevoerd zoals ze nu in de plannen staan en alle huidige medewerkers, centraal aangestuurd, nog slechts communicatieadviezen geven, betekent dit dus een reductie van taken ten opzichte van de huidige situatie voor de communicatiefunctie. Taken die vervolgens wellicht onder maatwerk worden geschaard maar meer waarschijnlijk weer tot nieuwe functies binnen de faculteit zullen leiden.
- 4 Als laatste niet onbelangrijk te noemen punt is er sprake van een fundamentele tegenstrijdige uitspraak: Het CvB stelt, dat er geen direct causaal verband bestaat tussen het teruglopend marktaandeel en de inrichting en inzet van de communicatiefunctie. (pagina 4, laatste brief UR 10 – 330) Met deze uitspraak ontkracht het CvB zelf een belangrijk opgevoerd argument tot reorganisatie in deze vorm.

Alles afwegende komt de URaad tot het volgende conceptbesluit:

UNIVERSITEIT TWENTE.

CONCEPT-BESLUIT:

De Universiteitsraad,

gezien:

- Het Reorganisatieplan Marketing en Communicatie functie Universiteit Twente (kenmerk 391.030/PA&O) (septembercyclus);
- De bijbehorende antwoorden van het CvB d.d. september 2010 schriftelijk gesteld UR 10 – 298;
- De hoofdlijnen op beleid en toegezonden naar de raad d.d. 10 november 2010, (kenmerk S&C/391.391/AW) (decembercyclus);
- De bijbehorende antwoorden van het CvB d.d. 29 november 2010 kenmerk UR 10 - 330 (decembercyclus);
- De brief van de hoofden facultaire communicatie-eenheden d.d. 14 januari 2011;
- Het verslag van het extra CvB-decanenoverleg d.d. 17 januari 2011 met kenmerk CvB-D 2011/010;
- De presentatie van het CvB behorend bij het verslag van het extra-decanen overleg d.d. 17 januari 2011;

gehoord:

- De mondelinge toelichting in de commissievergadering PSI van 8 september 2010 (septembercyclus) en in een speciale vergadering op 15 september 2010;
- De mondelinge toelichting in de SI vergadering 1 december 2010 (decembercyclus);
- De discussie in de interne vergadering van de U Raad d.d. 19 januari 2011

overwegende dat:

1. De U Raad verbetering van de functie Communicatie en Marketing van belang acht;
2. De U Raad niet afwijzend staat tegenover de gedachte dat er meer regie moet komen op deze functie(s);
3. Zo efficiënt mogelijk omgegaan moet worden met de beschikbare (financiële) middelen: gezamenlijk waar het kan, maatwerk waar het moet;
4. Voor de U Raad de cultuur rond *het maken en handhaven* van afspraken voorop staat;
5. De afzonderlijke eenheden worden afgerekend op de door hun behaalde prestaties;
6. Met name de faculteiten bij het organiseren van de communicatiefunctie behoefte hebben aan ondersteuning die is ingericht op de specifieke behoeften;
7. Het voorliggende plan hierin te weinig voorziet;
8. De facultaire jaarplannen 2011 conform de toezegging CvB de door de U Raad gewenste en noodzakelijke input genereren voor het instellingsjaarplan 2012;

Gehoord de toezeggingen van het CvB dat:

1. *De omvang van de detacheringen van communicatie medewerkers minstens 1 fte is*, afhankelijk van wat nader overleg over de uitwerking van structurele facultaire communicatiewerkzaamheden oplevert. Het college van bestuur neemt dit als aanvulling op het reorganisatieplan expliciet op in de opdracht voor de uitvoering van het reorganisatieplan.
2. Voor het jaar 2012 worden zowel in de decentrale als het universitaire jaarplan de geplande communicatieactiviteiten expliciet opgenomen. Aan de hand van afspraken over decentrale communicatie activiteiten en de jaarplannen wordt begin 2012 de omvang van de verschillende onderdelen van de communicatie-eenheid geëvalueerd en in overleg met de U Raad worden de afspraken in het reorganisatieplan daarover aangepast.
3. Een tweede algehele evaluatie van de doelstellingen van deze reorganisatie wordt de U Raad begin 2013 aangeboden.

UNIVERSITEIT TWENTE.

besluit:

De studentengeleding: positief te adviseren met Het Reorganisatieplan Marketing en Communicatie functie Universiteit Twente (kenmerk 391.030/PA&O).

De medewerkersgeleding: in te stemmen met Het Reorganisatieplan Marketing en Communicatie functie Universiteit Twente (kenmerk 391.030/PA&O)

Met vriendelijke groet,
namens de Universiteitsraad

drs. F.L. Lagendijk,
voorzitter