
VERSLAG OP HOOFDLIJNEN

Verslag van de 4^e vergadering van de Raad van Advies,
28 mei 2014 te Utrecht

Aanwezig: Douwe Breimer (voorzitter), Gerard van Odijk, Josee Hulshof, Hans Büller, Jan van Ree, Bert Leufkens, Stan van Belkum

Secretaris (verslag): Max Polano

1. Opening

De voorzitter opent de 4^e vergadering van de Raad van Advies en heet alle aanwezigen welkom.

2. Mededeling

Afwezig met kennisgeving: Jacqueline Broerse

Geen conflict of interest gemeld.

De procedure voor de nieuwe directeur aCBB is toegelicht. Hugo Hurts wordt de nieuwe directeur. De Raad is erg positief over deze aanstelling en feliciteert het CBG met de nieuwe directeur.

Bert Boer heeft zich teruggetrokken als lid van de Raad van Advies.

Er komt geen super zelfstandig bestuursorgaan waarin de bestuurlijke keten is verenigd (CBG, IGZ, CVZ, CCMO, Lareb). In het rapport aan de Tweede Kamer staat dat de voordelen van een samenvoeging te klein zijn. Omdat in de huidige opzet de contacten stroef lopen moet aandacht besteed worden aan het oplossen van weeffouten en de verantwoordelijkheden afstemmen en verduidelijken. Dit onderwerp zal voor de volgende vergadering worden geagendeerd. De stukken zullen dan worden meegestuurd.

3. Verslag 3^e vergadering Raad van Advies

Het verslag wordt vastgesteld.
Het verslag kan openbaar gemaakt worden.

4. Communicatiebesef: macht, kracht en reputatie.

Het College ervaart een grote spanning bij het naar buiten treden en de interactie met zijn omgeving. Belangen, beeldvorming en referentiekaders verschillen. Hierdoor is de vaak genuanceerde boodschap van het CBG moeilijk over te brengen en wordt deze meestal niet goed begrepen.

In zijn algemeenheid is de website van het CBG heel informatief. Maar het is onduidelijk hoe het CBG zich wenst te presenteren en voor wie de boodschap bedoeld is. De structuur in de communicatie en in het bijzonder van de website als een uiting daarvan is daardoor onduidelijk. Hetzelfde blijkt uit het geformuleerde communicatiebeleid. Het CBG lijkt onvoldoende inzicht te hebben in zichzelf en het beeld dat andere van het CBG hebben om de communicatiestrategie adequaat op de situatie af te stemmen. De Raad stelt zich op het standpunt dat het College op basis van een kenbaar gemaakte image, een opvatting over zijn leiderschapsrol, een goed beeld van zichzelf, een geïdentificeerde positionering en een duidelijke rolbeschrijving een communicatiestrategie verder uitwerkt voor verschillende doelgroepen, uitgaande van een onafhankelijke positie van het CBG binnen de netwerken. Daarbij staat een inhoudelijk wetenschappelijke benadering centraal. Het CBG dient rekening te houden met de verschillende verantwoordelijkheden van omliggende instellingen, overige

betrokkenen en de eigen dienende rol, vooral richting de patiënt. Het CBG doet zijn werk in de luwte. De Raad mist een duidelijke opvatting over het merk CBG en een strategie als wordt gereageerd op de actualiteit, waarvoor specifieke communicatiemethoden kunnen worden ingezet. De communicatiestrategie moet geformuleerd worden vanuit markt, kracht en reputatie. Hoe positioneert het CBG zich? Wat uit je? Hoe uit je je? De Raad begrijpt dat het een uitdaging is om het communicatiebeleid van het CBG verder te ontwikkelen. Er is veel onbekendheid en onduidelijkheid over het CBG en het is ingewikkelde materie. Mogelijk dat veel kan worden geleerd van de FDA, die vanuit een nagenoeg onmogelijke situatie het gelukt is om een goede naam en positie voor zichzelf neer te zetten. De Raad wil bijdragen aan de ontwikkeling van de communicatiestrategie.

Strategie en tactiek zijn elementen die verder uitgewerkt moeten worden. Concreter gemaakt. Daarbij zou het CBG zich moeten afvragen of het altijd de voorzitter is die in de communicatie op de voorgrond treedt. Het kan ook zijn dat het doelmatiger en doeltreffender is als de voorzitter op de achtergrond blijft en daarmee in de luwte zijn onafhankelijke positie benadrukt. Pas als er echt iets aan de hand is kan de voorzitter in de openbaarheid treden. In andere gevallen kan de boodschap ook door andere leden van het College of de secretaris/directeur worden uitgedragen. En wanneer het een puur wetenschappelijke boodschap is zou zelfs gekozen kunnen worden een deskundige medewerker uitleg te laten geven. Ook dit aspect moet in het communicatiebeleid worden meegenomen.

5. Rondvraag

-

6. Sluiting

De voorzitter sluit de vergadering en bedankt alle aanwezigen voor hun inbreng.