

Aanbevelingen

Rekenkamercommissie Peel en Maas, november 2013

In deze paragraaf volgen de aanbevelingen aan de lokale politiek en gemeente om de opkomst en betrokkenheid bij de lokale politiek te vergroten. In het algemeen gaat het er om de oorzaken van stemgedrag en (met name) de lage opkomst aan te pakken. Dan gaat het vooral over het feit dat veel inwoners de politiek als onbetrouwbaar zien en het belang van de lokale politiek en de verkiezingen niet inzien. Hoe dit te vergroten, is een taak van politieke partijen en van de gemeente zelf. Desondanks volgen hier enkele aanvullende aanbevelingen die door de deelnemers aan de panelgesprekken zijn voorgedragen en/of die in andere gemeenten of landen zijn geïnitieerd om de opkomst te verhogen.

Initiatieven om de opkomst te verhogen

Er zijn vele maatregelen om de opkomst te verhogen. Maar uit internationaal onderzoek blijken ook veel maatregelen *niet* te werken. Met name de opkomstverhogende effecten van flyeren op straat, e-mailen, radio boodschappen en tv uitzendingen zijn nihil als je de opkomst wilt verhogen. Andere instrumenten, zoals het persoonlijk bezoeken of bellen leveren wel resultaat op, maar het rendement is zo laag dat de kosten voor één extra stem kunnen variëren van 20 tot 70 Euro (Green, Gerber 2008: 139). Ook in Nederland wordt gezocht naar manieren om de opkomst te verhogen. Veel steden hebben daarvoor initiatieven genomen en wetenschappers hebben er onderzoek naar gedaan. Hieronder zetten we enkele van die lokale initiatieven en effecten ervan op een rijtje. We hopen dat het gemeentebestuur en de politieke partijen met deze 'menukaart' hun voordeel kunnen doen. In het algemeen geldt overigens dat het rendement van opkomstverhogende maatregelen in de week voorafgaand aan de verkiezingen het hoogst is.

Mogelijke initiatieven om de opkomst te verhogen

Initiatief	Omschrijving	Voor- en nadelen
Rijdend stemlokaal, stembus	Een mobiel stemlokaal dat op verschillende tijden verschillende plaatsen in de gemeente aandoet. Onder meer toegepast in Den Haag (1).	☺ Leidt mogelijk tot 5% extra opkomst en vooral niet trouwe kiezers maken er gebruik van (Krouwel 2010) ☹ Organisatiekosten ☹ Waken dat er geen campagne in de bus en tram wordt gevoerd
Verkiezingsnacht / verkiezingsfestival	Een verkiezingsfeest begint in de avond en na middernacht kun je stemmen. Jongeren gebruiken hun stemkaart als toegangkaart. Onder meer toegepast in Den Haag en Groningen (1).	☺ Betreft jongeren bij politiek ☺ Opkomst kan volgens politicoloog André Krouwel met 6% stijgen ☺ Extra positief effect als gemeenschap bij organisatie betrokken is (Kloosterboer 2009) ☹ Organisatiekosten
Stemmen in de werkkamer van de burgemeester	De werkkamer van de burgemeester is een stembureau. Hij/zij geeft uitleg over werk. Onder meer toegepast in Groningen (1).	☺ Relatief goedkoop ☺ Levert publiciteit en bezoekers op ☹ Slechts beperkt effect op de opkomst
Gratis met de verkiezingstaxi	Op de dag van de verkiezingen rijden taxi's en/of taxibussen rond die kiezers gratis naar het stembureau brengen.	☺ Handig voor oudere kiezers die slecht ter been zijn ☺ Een klein positief effect op de opkomst (Krouwel 2010) ☹ Vermijd politieke boodschappen

		⊖ Kosten (hoewel in sommige landen taxibedrijven dit gratis doen)
'Potloodsnorren'	Bekende en minder bekende mensen uit de gemeente gaan op de foto met een rood potlood tussen lip en neus geklemd. Onder meer toegepast in Heusden en Waalwijk (2).	⊕ Media aandacht ⊕ Werken met 'bekende dorpsgenoten' ⊖ Geen informatie over de effecten bekend
Stembureaus in/op bijzondere plekken	Stembureaus op bouwlocaties en stations, in winkels, sportclubs, uitgaansgelegenheden en musea. Onder meer toegepast in Den Haag (3).	⊕ Vergroot de mogelijkheid en aantrekkelijkheid om te stemmen. ⊖ Extra stembureaus kost geld ⊖ Stemmen in kerken of moskeeën is af te raden; kan ook verzet opleveren
Mensen persoonlijk opbellen	Inhuren van bureaus die in enkele dagen duizenden mensen bellen (toegepast in Amerika, Green, Gerber 2008)	⊕ Persoonlijke aanpak heeft positief effect op de opkomst ⊖ Met opnameband is er geen effect ⊖ Kosten
Betrekken van maatschappelijke organisaties	Organisaties krijgen een subsidie/vergoeding van €500 als ze in hun bijeenkomsten aandacht aan de verkiezing besteden. Onder meer toegepast in Amsterdam en Rotterdam.	⊕ Mogelijkheid tot mobiliseren van aandacht voor verkiezingen ⊕ Brede betrokkenheid ⊖ Kosten ⊖ Goede afspraken maken belangrijk (Kloosterboer 2009: 12-13).
Stickers	Geef mensen die hebben gestemd een kleine sticker, in navolging van de Amerikaanse 'I voted'-stickers.	Geen informatie over de effecten bekend
Vrijwilligers met Verkiezingsborden	vrijwilligers houden langs de weg borden omhoog met daarop de tekst 'GA MORGEN STEMMEN'. Onder meer toegepast in New York.	⊕ Opkomst in desbetreffende districten was 3,6% hoger dan elders (Kloosterboer 2009) ⊖ Inzet van vrijwilligers nodig
Gratis appeltaart / vlaai	Elke honderdste kiezer krijgt een gratis appeltaart Onder meer toegepast in Appingedam	⊕ Media aandacht ⊖ Geen informatie over de effecten bekend

Bronnen bij dit overzicht (geraadpleegd op 10 september 2013):

1) <http://www.binnenlandsbestuur.nl/bestuur-en-organisatie/achtergrond/achtergrond/verkiezingsfeestje.147629.lynkx>

2) <http://www.bd.nl/regio/tilburg-en-omgeving/potloodsnorren-moeten-de-opkomst-verhogen-1.1097337>

3) <http://www.kerkindenhaag.nl/articles/view/stembureaus-in-kerken-zouden-belemmering-voor-hoge-opkomst-zijn>

Ideeën uit de panelgesprekken

Naast al beproefde initiatieven om de opkomst te verhogen, kwamen uit de panelgesprekken nog enkele specifieke aandachtspunten die inwoners de politici van Peel en Maas mee willen geven. Allereerst vinden de deelnemers dat de lokale politiek veel meer naar hen gebracht moet worden en dat politieke verschillen tussen de partijen duidelijker voor het voetlicht moeten komen.

1) De lokale politiek moet gebracht worden en onderlinge partijpolitieke verschillen moeten duidelijk zijn

Veel inwoners van Peel en Maas hebben weinig interesse in de lokale politiek. Alleen tijdens verkiezingen willen enkelen zich erin verdiepen, maar liever niet teveel en niet te lang. Ze willen dat de informatie hen wordt aangereikt, met minimale inspanning van henzelf. Ze willen geen

dikke verkiezingsprogramma's, maar duidelijke korte boodschappen. Daarnaast willen ze de lokale politici veel meer zien en kunnen aanspreken, op een zo laagdrempelige manier.

Kiezers vinden bovendien dat er te weinig onderscheid is binnen de lokale politiek. Veel partijen lijken op elkaar, wat het lastig kiezen maakt. Ze willen meer polemiek, bijvoorbeeld rondom de komende decentralisaties. Inwoners van Peel en Maas hebben daarom in de panelgesprekken de volgende maatregelen voorgesteld.

Mogelijke initiatieven om duidelijkere keuzes voor te leggen en politici zichtbaarder te maken

Initiatief	Voor- en nadelen
<i>Stemwijzer / kieskompas</i> Veel inwoners geven aan een stemwijzer/kieskompas te wensen. Een stemwijzer/kieskompas is een website waar potentiële kiezers door middel van het beantwoorden van vragen over lokale onderwerpen een stemadvies ontvangen.	☺ Inwoners op een toegankelijke manier bij de politiek betrekken. ☺ Leidt tot hogere opkomst (Kloosterboer 2009, Krouwel 2010). ☹ Ontwikkel- of aanschafkosten
Meer en betere politieke debatten in de gemeente	☺ Voor inwoners is het duidelijker wat er te kiezen is
Een TV programma zoals 'Den Haag vandaag', maar dan lokaal en op Peel en Maas afgestemd	☺ Initiatief om de lokale politiek voor het voetlicht te brengen
Een radio programma zoals Avondspits van Joost Eerdmans op Radio 1, waarin inwoners via telefoon, email en twitter kunnen reageren op lokale stellingen	☺ Initiatief om de lokale politiek voor het voetlicht te brengen
Meer persoonlijk benaderen van (potentiële) kiezers	☺ Kerntaak van lokale politici ☹ Arbeidsintensief
Een stevigere oppositie	☺ Duidelijkere keuzes voor inwoners ☹ Kan ook onproductief zijn als er bestuurd moet worden
Lokale onderwerpen kort en krachtig in de lokale weekbladen	☺ Duidelijke keuzes aan de kiezers van Peel en Maas voorleggen
Een betere 'PR' voor raadsleden	☺ Inwoners geven aan raadsleden vaker te willen zien ☹ Kosten
Politieke onderwerpen beter op de kernen afstemmen	☺ Inwoners willen concrete onderwerpen

2) Pas lokale politiek meer aan op de belevingswereld van jongeren

Uit vrijwel alle panelgesprekken kwam de rol van jongeren naar voren. Zowel oudere als jongere deelnemers erkennen dat jongeren nauwelijks bij de lokale politiek betrokken zijn. Verschillende inwoners van Peel en Maas (inclusief jongeren zelf) zouden het een goed idee vinden als er meer aandacht voor de lokale politiek en verkiezingen op scholen zou zijn. Daar zouden jongeren over lokale politiek kunnen leren, maar ook gestimuleerd worden zelf actief te worden.

Daarnaast zouden politieke partijen meer moeite moeten doen om jongeren bij de lokale politiek te betrekken en ze als ambassadeur voor de lokale politiek(e partijen) te laten optreden. Hieronder staan daarvoor enkele initiatieven die uit de panelgesprekken of uit de literatuur naar voren kwamen. De moeite die het kost om jongeren te betrekken is echter maar een deel van het 'probleem'. Er is namelijk een reden dat jongeren zich minder makkelijk laten betrekken en dat heeft deels te maken met de in hun ogen onaantrekkelijke manier waarop politieke besluitvorming tot stand komt (zie paragraaf 3.3). Niet het vinden van nieuwe manieren om jongeren naar de politiek te lokken, maar een verandering in de manier van politiek bedrijven zelf, is daarom de grootste uitdaging voor de lokale politiek en lokale politieke partijen.

Mogelijke initiatieven om jongeren meer bij de politiek te betrekken

Initiatief	Voor- en nadelen
Voorlichting op scholen wordt door veel jongeren zelf aangedragen. Ze zouden op deze manier graag wat meer over de lokale politiek leren.	☺ Past binnen onderwijs ☺ Verplichting voor jongeren ermee bezig te zijn
Politieke avonden voor jongeren / jongerendebatten en/of debatwedstrijd onder leiding van de burgemeester	☺ Manier om jongeren op leuke manier met de politiek in aanraking te brengen
Communiceer aan jongeren dat er verkiezingen plaatsvinden, want dikwijls ontbreekt die kennis	☺ Informatievoorziening
Gerichte 'Ga stemmen' campagnes voor jongeren (reclame spotjes, folders), eventueel met rolmodellen/bekendheden. Hier moet overigens wel opgepast worden dat het niet te populair of opgeleukt gebracht wordt. Daar prikken jongeren doorheen (1).	☺ Bleek succesvol onder jongeren van 18 en 19 jaar (Krouwel 2010) ☺ Vooral effectief als jongeren elkaar aanspreken ☹ Kosten
Onderzoek naar jongeren of de algemene kiezer bij de GR verkiezing van 2014 Er is niet zo veel informatie over wie nu kiest en waarom. Een exit poll bij de gemeenteraadsverkiezingen van 2014 kan meer informatie opleveren over wie wel en niet stemmen en waarom, bijvoorbeeld hoeveel jongeren (niet) stemmen.	☺ Inzicht in de kiezer en niet-kiezer van Peel en maas ☺ Gerichter op de doelgroepen inspelen met beleid ☹ Organisatiekosten
Minimaal één jongere in de bemensing van een stembureau. Dat vergroot betrokkenheid jongeren.	☺ Mond-op-mond reclame jongeren ☺ Laat jongeren eventueel via sociale media verslag doen

Bronnen bij dit overzicht (geraadpleegd op 10 september 2013):

- 1) <http://www.chrisaalberts.nl/opkomstbevordering-onder-jongeren-vier-ideeen/>

3) Meer en beter gebruik internet en (sociale) media

In het 'brengen' van de lokale politiek spelen internet en (sociale) media een steeds grotere rol. Daarbij passen one liners, stellingen, youtube en communicatie via nieuwe (sociale) media, zoals Twitter, facebook en WhatsApp. Dat jongeren aangeven dat Twitter (voor hen) alweer op zijn retour is en facebook in de toekomst ook zo maar weer iets anders kan zijn, geeft de vluchtigheid van deze communicatievormen aan. Als politiek en politieke partij is het lastig dergelijke ontwikkelingen goed te volgen, op waarde te schatten en vooral op een effectieve manier te gebruiken.

Toch wordt erkend dat de lokale politiek veel meer van dergelijke instrumenten gebruik zou moeten maken dan tot nu toe gebeurt. Actuele en regelmatig bijgehouden websites zijn niet meer dan een voorwaarde om alle andere instrumenten goed te kunnen gebruiken. Andere vormen zijn bijvoorbeeld stellingen op facebook. Als die via vrienden verspreid kunnen worden, heeft dat volgens veel jongeren meer effect dan een flyer of mededeling in een gemeenteblaadje.

Nederland en Peel en Maas staan bij het gebruik van internet en sociale media nog betrekkelijk aan het begin, maar kunnen aanhaken of voorop lopen. De lokale politiek en lokale politieke partijen zouden meer moeten experimenteren met het gebruik van internet en nieuwe media. Hieronder worden enkele voorbeelden gegeven, maar het is vooral zaak voor politieke partijen en politici hiermee te experimenteren om te kijken wat werkt en wat niet.

Mogelijke initiatieven voor meer en beter gebruik internet en (sociale) media

Initiatief	Voor- en nadelen
<p><i>Facebook</i> Via facebook berichten of links delen over de lokale politiek</p>	<p>☺ Jongeren in panelgesprekken zijn hier positief over ⊗ Moet waarschijnlijk wel via vrienden gebracht worden</p>
<p><i>Open source platform</i> Een digitaal platform waarop voorstellen en tegenvoorstellen met elkaar digitaal concurreren om officiële voorstellen te worden. In Nederland is DeStemVan.nl een goed voorbeeld.</p>	<p>Effecten nog niet duidelijk, maar in Duitsland experimenteert de Duitse Piratenpartij hiermee (Milner 2013: 116)</p>
<p><i>Sms</i> Jongeren krijgen een sms op de dag voor de verkiezing met een oproep om te gaan stemmen. In Nederland zijn bedrijven die dat kunnen doen. Bovendien kan onderscheid gemaakt worden op basis van zaken als opleiding, leeftijd en postcode (Kloosterboer 2009).</p>	<p>☺ Onder degenen die een bericht ontvingen, werd de opkomst met 4,2% verhoogd (Amerikaans onderzoek: Green, Gerber 2008) ☺ Positief geëvalueerd in gemeente Tilburg (2006) ⊗ Verzamelen telefoonnummers kost tijd en/of geld en is niet altijd mogelijk</p>
<p>Twitter, WhatsApp en/of facebook campagne</p>	<p>☺ In Canada slaagde de partij Option Nationale erin met vrijwel alleen een Twitter en facebook campagne 2% van de stemmen te halen (Dostie-Goulet, Turcotte 2013:121)</p>