

Evaluatie  
Heel Steenbergen Stemt



Gemeenteraadsverkiezingen gemeente  
Steenbergen 16 maart 2022

## 1. Inleiding

Op 16 maart 2022 vonden de gemeenteraadsverkiezingen plaats. Ter voorbereiding is een overkoepelend draaiboek opgesteld voor alle te doorlopen processen. De organisatie van de verkiezingen valt op te splitsen in twee delen, namelijk burgerzaken en de opkomstbevordering (griffie).

In deze evaluatie, die geschreven is door de griffie, zullen de activiteiten en acties rondom opkomstbevordering geëvalueerd worden. Daarmee wordt verantwoording afgelegd aan het presidium over het door hen vastgestelde draaiboek en het budget. Daarnaast wordt afgesloten met een aantal aanbevelingen voor de opkomstbevordering van de verkiezingen van 2026.

## 2. De Voorbereiding

### 2.1. de organisatie

Bij de activiteiten tijdens en rondom de verkiezingen zijn verschillende afdelingen betrokken. Voor de uitvoering van alle taken die onder de verantwoordelijkheid van burgerzaken vallen is een projectleider Verkiezingen Burgerzaken aangewezen. De griffie was verantwoordelijk voor de opkomst bevorderende activiteiten. Burgerzaken maakt met name het stemproces mogelijk. Het gaat dan bijvoorbeeld om:

- drukken en verspreiden van de stembiljetten
- aanwijzen en inrichten van de stemlokalen
- bemensen van de stembureaus
- trainen van de medewerkers op het stembureau
- Inrichten van de ICT-infrastructuur

Om deze processen zo goed mogelijk te laten verlopen is een werkgroep opgesteld bestaande uit een medewerker van de griffie, de projectleider Verkiezingen Burgerzaken en twee medewerkers van communicatie. Daarnaast is ook het kabinet van de burgemeester actief betrokken bij de organisatie van verschillende activiteiten. De ideeën en daaropvolgende draaiboeken zijn in de maanden tot aan de verkiezingen regelmatig voorgelegd aan de driehoek, bestaande uit de burgemeester, de gemeentesecretaris en de griffier.

### 2.2. Financiën

In het draaiboek voor de gemeenteraadsverkiezingen 2022 staat het volgende opgenomen: *'Voor de opkomstbevorderende activiteiten wordt een budget geraamd van € 45.000,- en voor afscheid- en inwerkprogramma van de raad in totaal € 15.000,-. Het voorstel is daarom om een reservering te vormen van in totaal € 60.000,-. Het budget komt onder beheer van de griffie. Voor de organisatie van de verkiezingen zelf heeft het team burgerzaken een eigen budget. Op de begroting van de griffie wordt in 2022 tevens een bedrag toegevoegd ten behoeve van de informateur.'*

### 2.3. Huisstijl

Gedurende de verkiezingsperiode is gebruik gemaakt van het logo 'Heel Steenbergem Stemt'. Dit logo is eerder gebruikt voor de verkiezingen.



### 2.3. Covid-19

In verband met de coronapandemie moest er in de voorbereiding nagedacht worden over verschillende scenario's voor de verkiezingsactiviteiten. Er is veel gekeken naar mogelijkheden om activiteiten (gedeeltelijk) online te organiseren. Uiteindelijk hebben alle activiteiten dankzij de versoepelingen fysiek plaats kunnen vinden. Corona kan nog wel altijd van invloed zijn geweest op de opkomst bij activiteiten en de totale verkiezingsopkomst.

### 3. Opkomstbevordering

Bij de verkiezingen van 2018 was er sprake van een opkomstpercentage van 47,46%. Om dit percentage bij de verkiezingen van 2022 te verhogen zijn er meerdere opkomst bevorderende activiteiten voorzien in het draaiboek verkiezingen 2022:

- Cursus politiek actief
- Lancering campagne en presentatie deelnemende partijen
- Digitale stemhulp
- Burgemeestersbrief
- Verkiezingskrant
- Verkiezingsdebat, uitgezonden door de SLOS

In de aanloop naar de verkiezingen is ervoor gekozen om naast bovengenoemde activiteiten nog een aantal andere activiteiten te organiseren met als doel alle kernen en lagen van de bevolking te informeren over de verkiezingen. Denk hierbij aan:

- De politieke Pub Quiz voor jongeren
- De campagne rondom de kernambassadeurs onder het motto 'Heel Steenbergen Stemt'
- Het plaatsen van advertenties die aansluiten bij de campagne in verschillende lokale huis-aan-huiskranten en websites.
- De verkiezingsmarkt voorafgaand aan het verkiezingsdebat
- Berichtgeving over de verkiezingen op sociale media van zowel de gemeenteraad als van de gemeente Steenbergen.

De activiteiten rondom opkomstbevordering zullen hieronder toegelicht worden.

Naast de opkomstbevorderende communicatieactiviteiten vonden er ook algemene communicatieactiviteiten plaats:

- Trotters: het plaatsen van trotters maakt onderdeel uit van de door de gemeente georganiseerde algemene communicatie. In totaal zijn 11 trotters geplaatst op zichtbare plekken in de gemeente. In verband met de storm op 19 februari zijn enkele trotters beschadigd. Deze zijn kosteloos door de leverancier vervangen.
- Opkomstbrief en verspreiding kandidatenlijst: de gemeente is verplicht om enkele dagen voordat de stembussen open gaan de kandidatenlijst huis aan huis te verspreiden.

Binnen de beleidsregels van de APV hebben de politieke partijen zelf mogelijkheden om zichzelf zichtbaar te promoten, zoals het ophangen van borden en flyers, standjes plaatsen op openbare plaatsen en flyereren op straat. Tijdens deze verkiezingen bleek er veel onduidelijkheid te bestaan over wat wel en niet mocht in de openbare ruimte. De beleidsregels zijn dusdanig opgesteld dat alleen geformuleerd is wat er mag. Alles wat dus niet in de beleidsregels staat is niet toegestaan. Dat bleek in de praktijk toch nog tot veel vragen te leiden. In de aanloop naar de aankomende gemeenteraadsverkiezingen zal met vergunningen het gesprek worden gevoerd over de leesbaarheid van de beleidsregels en hoe deze duidelijker uitgelegd kunnen worden.

### 3.1. Cursus politiek actief

De cursus politiek actief is een inleiding en introductie op het raadswerk. Gedurende 6 avonden zijn politiek geïnteresseerde inwoners wegwijs gemaakt in het politieke vakwerk. Doel van de cursus is om bij te dragen aan de opkomstbevordering als het gaat om het passief kiesrecht en daarmee indirect ook het actief kiesrecht.

Aan de cursus hebben 15 cursisten deelgenomen. Er hebben 6 fysieke bijeenkomsten plaatsgevonden, waarbij op twee avonden een vergadering is bezocht. 13 cursisten hebben de training afgerond. Hen is een certificaat uitgereikt door de burgemeester. Er is een flink deel van het budget over, omdat de debattraining ondermaats was en de leverancier (Debat.nl) geen kosten in rekening heeft gebracht.

#### Kosten

Wat	Kosten
• Ontwikkelen materiaal	€0,-
• Inhuur debattraining	€0,-
• Facilitair	€113,-
• Promotie	€886,-
Totaal	€999,-

### 3.2. Ambassadeurs

Dit jaar waren er naast de fractievoorzitters nog zes gezichten die veelvuldig voorbij kwamen tijdens de campagneperiode. We zijn op zoek gegaan naar 6 ambassadeurs die elk hun eigen woonplaats vertegenwoordigen. Zo hadden we uit elke kern een ambassadeur. Deze ambassadeurs waren onpartijdig en deden mee vanuit een sterke binding met hun woonplaats. Hun oproep was om te gaan stemmen om zo bij te dragen aan de opkomst bij de verkiezingen. Van elke ambassadeur is een mooi filmpje gemaakt, opgenomen in zijn of haar woonplaats. Deze filmpjes zijn gedurende de campagneperiode uitgezonden door de SLOS en gedeeld via de social media kanalen van de gemeente. Ook burgemeester Van Den Belt heeft een ambassadeursfilmpje opgenomen waarin hij inwoners oproept om hun stem uit te brengen. Vervolgens is er een compilatiefilm gemaakt met alle ambassadeurs.

De achterliggende gedachte was dat deze herkenbare gezichten uit alle kernen, die verschillende doelgroepen vertegenwoordigen, een stimulerend effect op de opkomst zullen hebben. Van elke ambassadeur is ook een eigen poster gemaakt die op verschillende plekken in diens kern zijn opgehangen. Daarnaast was er een groepsposter die ook veelvuldig verspreid is.



De rol van de ambassadeurs was vrijblijvend. Ze zijn voor alle campagneactiviteiten uitgenodigd, maar deelname was vrijwillig. Het was leuk om te zien dat de ambassadeurs bij verschillende activiteiten aanwezig waren, dit toont ook maar weer eens hun grote betrokkenheid aan.

### Kosten

Wat	Kosten
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedankjes voor ambassadeurs</li> <li>• 7 portretfilms + compilatiefilm (incl. scripts en voorbereiding)</li> <li>• <b>Drukwerk is meegenomen in totaal drukwerk vanuit communicatie</b></li> </ul>	€267,95,- €6.100,00
Totaal	€6.367,95

### 3.3. Persbijeenkomst 'Aftrap Verkiezingen'

Op 8 februari is er in de raadzaal een persmoment georganiseerd om de verkiezingsperiode officieel te starten. Burgemeester Van den Belt heeft de pers te woord gestaan en toegelicht welke campagneactiviteiten georganiseerd worden. Er was een goede opkomst van zowel pers als geïnterneerden. Tijdens de avond waren ook drie van de zeven verkiezingsambassadeurs aanwezig om te vertellen waarom zij hun kerngenoten oproepen om te gaan stemmen.

Tijdens de persavond is de digitale stemhulp gelanceerd. Tijdens de avond hebben de ambassadeurs de stemhulp digitaal ingevuld en hun bevindingen met de pers gedeeld.

### Kosten

Wat	Kosten
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Petit fours</li> </ul>	€53,90

### 3.4. Digitale Stemhulp

Dit project is uitbesteed aan Citisens (mijnstem.nl) en wordt grotendeels vanuit hen uitgevoerd. In overleg met de fracties zijn stellingen bepaald. Elke fractie heeft hun positie binnen deze stelling kunnen bepalen tussen twee uitersten in.

Bij de vorige verkiezingen is ook een digitale stemhulp ingezet. Ruim 40% van de kiesgerechtigden hebben hiervan gebruik gemaakt. Uit onderzoek blijkt dat een significant deel van de niet-stemmers (15%-20% IPSOS) niet naar de stembus gaat omdat men geen keuze kan maken tussen de partijen. Middels de digitale stemhulp proberen we deze keuze te vergemakkelijken en de kiezer bekend te maken met actuele verkiezingsthema's.

Tussen 8 februari 2022 (lancering digitale stemwijzer) en 16 maart is de digitale stemwijzer door 7.762 mensen bezocht en door 4.679 mensen ingevuld. Dit is helaas een lager aantal dan we vooraf verwacht hadden. De stemhulp is veelvuldig gepromoot, onder andere in de ambassadeursfilmpjes, in de lokale kranten, de verkiezingskrant en op social media.

#### Kosten

Wat	Begroting	Kosten
• Inkoop stemhulp	€5.000,-	€ 6.000,-
• Inkoop locatiegerichte campagne	€2.500,-	€ 1.750,-
• Analyse gebruik stemhulp	€2.500,-	€ 0,-
Totaal	€10.000,-	€ 7.750,-

#### 3.5. Verkiezingskrant en advertenties

Er is samen met de Bode een verkiezingskrant opgesteld die als speciale editie bij inwoners bezorgd is. Deze verkiezingskrant bevatte praktische informatie over het stemmen en liet de lezer kennis maken met de verschillende fracties en kandidaat raadsleden. Elke fractie heeft de mogelijkheid gekregen kort te reageren op een aantal thema's en om een stuk tekst aan te leveren. Deze zijn samen met een partijfoto geplaatst. Ondanks dat er veel aandacht is besteed aan promotie via social media is het belangrijk om ook via de analoge weg mensen te informeren over de verkiezingen. De verkiezingskrant is 2 weken voor de verkiezingen verschenen.

Voor de verkiezingskrant is een speciale infographic gemaakt, die tevens gepubliceerd is in de Steenbergse Courant, West Brabander en in verkleinde vorm in BN de Stem. Middels de infographic is informatie over het stemproces, stemlocaties en verkiezingsactiviteiten op een visueel aantrekkelijke manier samengevoegd.

Aan de verkiezingskrant is op het laatste moment een extra infographic toegevoegd met het kiesproces, gevisualiseerd aan de hand van plaatjes:

# STEMMEN: HOE WERKT DAT?

Op 14, 15 en 16 maart zijn de gemeenteraadsverkiezingen. Op 14 en 15 maart kunt u terecht in het Dorpshuis in Dinteloord en 't Cromwiel Steenberg en op 16 maart op elf locaties in alle kernen van 07.30 - 21.00 uur. U vindt alle adressen achterop de kandidatenlijst die u thuisgestuurd krijgt!

**1 U krijgt een stempas**  
Uiterlijk woensdag 2 maart ontvangt u uw stempas. Heeft u geen stempas ontvangen of bent u uw stempas kwijt? Vraag dan uiterlijk vrijdag 11 maart 17.00 uur een nieuwe aan bij de gemeente.

**2 Maak uw keuze**  
Uiterlijk 14 maart ontvangt u thuis een overzicht van alle partijen en kandidaten waarop u kunt stemmen.

**3 U gaat naar het stemlokaal**  
Neem uw stempas en uw identiteitsbewijs mee. Dat kan een paspoort, rijbewijs, identiteitskaart of verblijfsdocument zijn (niet langer dan vijf jaar verlopen).

**4 Kunt u niet gaan stemmen?**  
Dan kan iemand anders voor u gaan stemmen. Vul de achterkant van uw stempas in. Geef uw stempas en een kopie van uw identiteitsbewijs mee aan de kiezer die voor u gaat stemmen.

**5 In het stemlokaal**  
Op het stembureau levert u uw stempas in. Ook wordt er gevraagd om uw identiteitsbewijs te laten zien.

**6 U krijgt een stembiljet**  
Op het stembiljet staan alle lijsten (politieke partijen) die meedoen aan de verkiezingen. Ook staan hierop alle kandidaten op wie u kunt stemmen.

**7 In het stemhokje**  
Met het stembiljet en een rood potlood gaat u een stemhokje in. Dat doet u alleen. Heeft u vanwege een beperking hulp nodig? Dan mag er iemand mee om u te helpen.

**8 Kleur één vakje rood**  
Kleur het rondje in voor de naam van de persoon op wie u wilt stemmen. U kunt het stembiljet ook leeg laten. Dat heet blanco stemmen. Uw stem telt dan wel mee, maar gaat niet naar een partij of een kandidaat.

**9 Lever uw stembiljet in**  
Stop het stembiljet in de stembus. U heeft uw stem uitgebracht. Woensdagavond 16 maart vanaf 21.00 uur worden de stemmen geteld. De uitslagen vindt u dezelfde avond op de website en social media van de gemeente en worden uitgezonden op SLOS TV.

MEER INFORMATIE? [www.gemeente-steenbergen.nl/verkiezingen](http://www.gemeente-steenbergen.nl/verkiezingen)

## Kosten

Wat	Kosten
• Verkiezingskrant Bode	€ 3.828,-
• Advertentie Steenbergse Courant	€ 375,-
• Spread West Brabander	€ 1.158
• BN de Stem	€1.257,32
Totaal	€ 6.618,32

## 3.6. Burgemeestersbrief

Jongeren die voor het eerst mochten stemmen kregen een aparte brief van de burgemeester waarin op een laagdrempelige manier wordt verteld hoe belangrijk het is om te gaan stemmen.

Het betreft een ruime duizend jongeren. Bij de burgemeestersbrief is ook een uitnodiging van ambassadeur Sieb gevoegd om jongeren uit te nodigen voor de pub quiz.

#### Kosten

Wat	Kosten
• Vormgeving burgemeestersbrief en verkiezingen spread	€ 710,-
• Mailing door WVS	€ 637,57
Totaal	€ 1.347,57

### 3.7. Pub Quiz

Op vrijdag 11 maart is een Pub Quiz georganiseerd voor jongeren in bistro-bar DOK Steenberg. Deze pub quiz is georganiseerd in samenwerking met de gemeente, DOK, Sieb Martens (ambassadeur), Bigboy Film en jongerenwerk Steenberg. Er is bewust voor gekozen om de promotie voornamelijk vanuit DOK en de jongerenwerkers te laten verlopen. Zij hebben een groter bereik onder de doelgroep dan de gemeente. Wel heeft de gemeente naar alle eerste stemmers een uitnodiging voor de pub quiz gestuurd. De avond is gepresenteerd door Sieb Martens, een van de ambassadeurs.

Het doel van de avond was niet zo zeer om jongeren te enthousiasmeren voor politiek, maar om een leuke avond te organiseren waar ruimte was voor interactie met kandidaat raadsleden en op een ludieke manier de verkiezingen promoten. Daarmee is de avond ook leuk voor jongeren die (nog) geen politieke interesse hebben. Alle fracties zijn gevraagd om ten minste één partijgenoot aanwezig te laten zijn. Elke fractie kreeg de kans een korte 'stemhokjespitch' te doen tussen de quizronden door. In slechts 1 minuut konden zij de jongeren vertellen waar hun partij voor staat en wat zij voor de jongere inwoners doen. Door middel van het opsteken van grote rode potloden konden teams met jongeren raadsleden naar hun tafel roepen om mee te denken over de vragen. Het doel hiervan was interactie te laten ontstaan tussen fracties en jongeren.

De vragen in de quiz gingen niet enkel over politiek, maar er is wel geprobeerd om zoveel mogelijk politiek en actualiteit te verwerken in de vraagstellingen. Het doel was om de quiz op een vrolijke en luchtige manier te presenteren en ruimte in te bouwen voor grappige filmpjes. De setting was bewust in een kroeg in plaats van op het gemeentehuis om een meer ontspannen en laagdrempelige sfeer te creëren.

De avond kende een goede opkomst, de gereserveerde ruimte in DOK zat vol en de sfeer was goed. Naar schatting waren er +/- 70 aanwezigen.

#### Kosten

Wat	Kosten
• Zaalhuur DOK	€ 50,-
• Promotiekosten social media	€ 80,-
• Consumpties	€ 906,60
• Eerste en tweede prijs	€ 150,-
• Consult Bigboy Film	€ 220,-
Totaal	€ 1.208,60



### 3.8. Slotdebat en verkiezingsmarkt

Op 12 maart is het slotdebat en voorafgaand de verkiezingsmarkt georganiseerd op het gemeentehuis. Het gemeentehuis was open voor geïnteresseerden om een rondje langs alle fracties te doen en het debat vanuit de zaal te volgen. Het debat werd live uitgezonden door de SLOS en is terug te zien op Youtube.

#### Verkiezingsmarkt

De verkiezingsmarkt vond plaats in de hal van het gemeentehuis. Elke fractie kreeg een eigen statafel die voorzien mocht worden van campagnemateriaal. De gastvrouwen hadden een koffietafel klaarstaan met verschillende koeken voor alle aanwezigen.

Tijdens de verkiezingsmarkt was het mogelijk om op laptops de digitale stemwijzer in te vullen, met hulp van de griffie. Dit voor mensen die zelf geen toegang hebben tot een computer of niet weten hoe de digitale stemhulp werkt.

De verkiezingsmarkt is gepromoot via de social mediakanalen van de gemeente, in de infopagina van de Bode en op de website van de gemeente. Helaas was de opkomst minimaal. Naar schatting waren de meeste aanwezigen partijgenoten of familieleden van kandidaat raadsleden. Het is daarom te betwijfelen of de verkiezingsmarkt bijdraagt aan de opkomst bij de verkiezingen.

#### Slotdebat

Aansluitend aan de verkiezingsmarkt was het slotdebat in de raadzaal. Het slotdebat is samen met de SLOS georganiseerd en werd gepresenteerd door Hilde Jans. Er is vooraf gekozen om geen specifieke stellingen te delen met de partijen, maar wel de thema's die behandeld zouden gaan worden. Tijdens het debat was er ruimte voor vragen en opmerkingen uit de zaal.

In de voorbereiding bleek het een uitdaging om een goede verdeling waarbij alle partijen evenveel aan het woord zouden komen maar tegelijkertijd wel in debat konden gaan. Aan de hand van de verkiezingsprogramma's en de stellingen in de digitale stemwijzer zijn de thema's gekozen. Daarnaast is er via social media en in de krant een oproep gedaan aan inwoners om stellingen of vragen in te sturen. We hebben van 7 mensen een mail ontvangen met een stelling of vraag, een groot deel hiervan had betrekking op het stadspark en het gezondheidscentrum. Daarom is ervoor gekozen om ook dit thema terug te laten komen in het debat.

Het is moeilijk te bepalen hoe groot het bereik is van het slotdebat. Op Youtube heeft het debat 150 weergaven. Het is echter niet vast te stellen of dit allemaal inwoners van de gemeente Steenberghe zijn. Hoeveel kijkers de SLOS heeft getrokken is moeilijk te bepalen. De zaal zat goed vol, uiteindelijk moesten er wat stoelen bij geplaatst worden. Maar in de zaal zaten ook veel fractiegenoten en familieleden, mensen die hun stemkeuze zeer waarschijnlijk al gemaakt hebben.

#### Kosten

Wat	Kosten
• Opnames en live streaming SLOS	€ 4.115,-
• Presentatie Hilde Jans	€ 750,-
• Geluid, licht en podium	€ 3.103,65
• Regieset film collectief	€ 968,-
• Lunch medewerkers	€ 108,72
• Worstebrood en appelflappen	€ 109,09
Totaal	€ 9.154,46

### 3.9. Uitslagenavond

Lange tijd was het onduidelijk op welke manier de uitslagenavond gevierd zou kunnen worden. In verband met de coronamaatregelen zijn er meerdere scenario's bedacht, verschillend van volledig digitaal en op afstand tot een openbare bijeenkomst op het gemeentehuis. Uiteindelijk golden er tijdens de uitslagenavond geen beperkende maatregelen waardoor we een openbaar samenzijn in de raadzaal en hal konden organiseren.

De uitslagenavond werd gepresenteerd door Hilde Jans en live uitgezonden op de SLOS en op youtube. De avond had een feestelijke insteek met drinken, hapjes en live muziek. Burgemeester Van den Belt presenteerde de binnenkomende uitslagen per stembureau, Hilde Jans liet regelmatig een tussenstand zien.

De uitslagenavond was een goedbezochte en sfeervolle avond. Er waren veel kandidaten en hun familieleden aanwezig. Door de drukte was het geluid in de zaal niet altijd even goed, maar de uitzending was wel goed verstaanbaar.

#### Kosten

Wat	Kosten
<ul style="list-style-type: none"><li>• Opnames en live streaming SLOS</li><li>• Presentatie Hilde Jans</li><li>• Consumpties</li><li>• Muzikale ondersteuning</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>€ 5.033,40</li><li>€ 750,-</li><li>€ 1.879,24</li><li>€ 400,-</li></ul>
Totaal	€ 8.02,64

### 3.10 Totale financiële verantwoording

Voor de opkomstbevorderende campagne was een bedrag beschikbaar gesteld van € 45.000,-. De totale kosten voor de campagne 'Heel Steenbergem Stemt' 2022 komen uit op € 41.562,44.

### 4. Opkomst Verkiezingen 2022

Tijdens de verkiezingsdagen van 14, 15 en 16 maart heeft 43,05% van de stemgerechtigden in de gemeente Steenbergem gestemd. Er zijn 8.611 stemmen op kandidaten uitgebracht. In totaal waren er 23 blanco stemmen en 23 ongeldige stemmen. De opkomst ligt daarmee lager dan in 2018, het opkomstpercentage lag destijds op 47,46%. De oorzaak van de lagere opkomst is moeilijk te bepalen. Terugkijkend op de campagneperiode en de opkomstbevorderende activiteiten zijn de verkiezingen gedurende de periode van 8 februari t.m. 16 maart zowel in de openbare ruimte als online goed zichtbaar geweest. Via verschillende kanalen is gecommuniceerd om zo verschillende doelgroepen te bereiken. Naast de activiteiten georganiseerd vanuit de gemeente zijn alle fracties zelf ook flink actief geweest tijdens de campagneperiode.

Corona kan van invloed zijn geweest op het opkomstpercentage. Ondanks de versoepelde maatregelen gelde ten tijde van de verkiezingen nog altijd dat mensen met coronaklachten thuis moesten blijven. Daarnaast zijn er altijd mensen die uit angst voor corona openbare plekken zoveel mogelijk vermeden.

## 5. Verkiezingen 2026

Vooruitkijkend naar de verkiezingen van 2026 is het belangrijk om te realiseren dat opkomstbevordering van alle tijden is. De communicatie van het raadswerk naar de inwoners is iets wat we constant moeten blijven doen. Dit doen we op dit moment met name via de website van de gemeenteraad, de social media pagina's en via de infopagina in de krant. De coronapandemie heeft bovendien het belang aangetoond van zichtbare aanwezigheid in de kernen. We moeten goed blijven kijken naar alternatieven om inwoners continu te bereiken. Denk hierbij aan de kernbezoeken, gast van de raad en de cursus politiek actief jaarlijks herhalen.

Terugkijkend op de organisatie van de verkiezingen 2022 is zorgvuldig en veelvuldig gecommuniceerd, via verschillende kanalen. Op deze manier is geprobeerd verschillende doelgroepen te bereiken. Door inwoners mee te laten denken over stellingen voor het slotdebat en door activiteiten zoals de pub quiz en de verkiezingsmarkt is gepoogd om op een spontane manier interactie tussen raad en inwoners te creëren. Dus niet enkel zenden maar ook ophalen. Van de verkiezingsmarkt is het de vraag of deze de moeite waard is geweest. Fracties zijn op zaterdag zeker een uur bezig geweest met de op- en afbouw terwijl deze activiteit naar verwachting niet bij heeft gedragen aan een hogere opkomst. Daarnaast was het interactieve gedeelte beperkt in het programma. Er kan voor gekozen worden om de markt op een andere manier in te steken en groter te promoten, waar ook weer een prijskaartje aan hangt. Of om op het weekend voor de verkiezingen geen centrale activiteit te organiseren en het initiatief bij de fracties te laten. De pub quiz was een leuke manier om een specifieke doelgroep te bereiken. Wel is het goed om tijdens de volgende campagneperiode ook te kijken of het mogelijk is een activiteit te organiseren voor een oudere doelgroep. In verband met de coronapandemie is hier nu bewust niet voor gekozen. De pub quiz kon, in geval van strengere maatregelen, omgezet worden naar een digitaal evenement. Dat is beter te organiseren voor jongeren dan voor ouderen.

De ambassadeurs waren een positieve aanvulling voor de verkiezingen. Bekende kerngenoten die oproepen tot stemmen, zonder dat er op een bepaalde politieke partij of standpunt gewezen wordt. Het belang van het stemmen en de leefbaarheid in de kernen stond voorop. De ambassadeurs waren enthousiast en waren goed zichtbaar tijdens de verkiezingen. Het kan de vraag zijn of dat dit het afleidt van de zichtbaarheid van de lijsttrekkers en fracties. Vanuit de organisatie van de verkiezingen gezien was het een goede manier om objectief de verkiezingen te promoten.

Het is goed om in 2026 te blijven zoeken naar ludieke en positieve manieren om mensen te stimuleren om te gaan stemmen. Denk bijvoorbeeld aan een bijzondere locatie voor een stemlokaal. Of juist een rondrijdend stemlokaal dat naar de mensen toekomt, om de drempel tot stemmen nog lager te maken.

