



Agendanr.:

Voorstelnr.: R2017063

Onderwerp: Opkomstbevordering en co-creatie / organisatie gemeenteraadsverkiezingen

Programma:

Reden van agendering: Opiniërende bespreking

Aan de Raad,

Heerhugowaard, 19 mei 2017

Voorstel

Uit een uitgebreid onderzoek over opkomstbevordering¹ blijkt dat continue aandacht voor communicatie en co-creatie de opkomst bij verkiezingen bevordert.

De gemeenteraad van Heerhugowaard investeert al jaren in een goede relatie met zijn inwoners. Het aanhaken bij wat er in de wijken gebeurt is daarbij heel belangrijk. Dit past ook bij de manier waarop de gemeenteraad in de samenleving staat: als verbinder en betrokken partij die actief het gesprek aangaat en de samenhang versterkt tussen bevolkingsgroepen en netwerken. Daarbij maakt de raad graag gebruik van de kennis en kunde die in Heerhugowaard aanwezig is. Ook investeert de gemeenteraad in democratische vernieuwing. Dit gebeurt door middel van de inzet van co-creatie: het samenspel tussen burger en gemeente bij het maken en uitvoeren van beleid. Zo organiseerde de gemeenteraad vorig jaar een Burgertop H300 waarin inwoners uitgedaagd werden om met elkaar hun leefomgeving te verbeteren. Dit resulteerde in tien actieve werkgroepen en een meerdere gerealiseerde ideeën.

De gemeenteraad van Heerhugowaard heeft vorig jaar besloten om een tweetal reserves te begroten. Eén voor opkomstbevordering en één inwonersparticipatie. Deze twee reserves bedragen 54000 euro per stuk.

Met deze opiniërende nota wil de Raadswerkgroep Communicatie de Commissie Middelen en Stadsbeheer:

- *informereren over de wijze waarop in grote lijnen uitvoering wordt gegeven aan de amendementen Opkomstbevordering en Bewonersparticipatie;*
- *instemming vragen over de gekozen oplossingsrichtingen over de uitvoering amendementen, het communicatiebeleid en de organisatie gemeenteraadsverkiezingen.*
- *Vragen om een keus te maken over waar, wanneer en hoe er gestemd kan worden op de thema's van de Inspiratie-agenda. Er zijn verschillende opties hoe dit kan worden gerealiseerd. We vragen de raadscommissie om over deze opties een uitspraak te doen:*
 1. *op de verkiezingsdag zelf, wat extra opkomt genereert. De werkgroep zal hiervoor geschikte lokaties zoeken zodat er geen juridisch ongewenste situatie ontstaat in de stembokjes;*
 2. *voorafgaand aan het verkiezingsdebat dat op 14 maart 2018 plaatsvindt;*
 3. *alleen online vanaf een week na het vlogfestival.*

In deze uitvoeringsnota staan in grote lijnen wat de plannen betreffende Opkomstbevordering en Participatie. Een specifieke uitvoering van de verschillende onderdelen geven wij u in het vierde kwartaal van 2017.

¹ https://www.tilburguniversity.edu/upload/98ffe287-f773-4f9b-9428-0c9eb1f8242d_Verbeteringopkomst-onderzoeksrapport2016.pdf

De Raadswerkgroep Communicatie is van mening dat de gemeenteraad met behulp van co-creatie en communicatie het opkomstpercentage van de gemeenteraadsverkiezingen in 2018 kan verhogen zodat deze gelijk is aan de landelijke opkomst. Het is een prachtige kans om ruim de helft van de inwoners te bereiken en betrekken wat er in hun gemeente gebeurt. Bovendien behoudt de gemeente haar draagvlak in de samenleving en dus haar democratische legitimatie omdat we SAMEN VOOR HEERHUGOWAARD staan.

Probleemstelling

Een dalende opkomst bij gemeenteraadsverkiezingen speelt niet alleen in Heerhugowaard het is een landelijke trend. In Heerhugowaard lag de opkomst bij diverse verkiezingen zelfs onder het landelijke gemiddelde! Dit terwijl alle gemeenten om ons heen structureel een hoger opkomstpercentage kennen dan dat van Heerhugowaard (in 2014 was dat 47,2 %, landelijk was het gemiddelde circa 53%). Met name de stembereidheid van jongere kiezers is hierbij problematisch.

Doelgroep opkomstbevordering: Uiteraard zijn alle kiesgerechtigde Heerhugowaarders onze doelgroep. Het is belangrijk dat iedereen, jong en oud, nieuwe inwoners en medelanders gaan stemmen. Voor allemaal moeten wij het zo makkelijk en aantrekkelijk mogelijk maken. Ook degenen die (nog) niet aan de beurt zijn om te stemmen (jongeren tussen de 16 en 18 jaar) willen we laten zien wat democratie is en waarom het belangrijk is om (later) je stem uit te brengen. Bovendien zijn de verkiezingen een prachtig moment om contact te hebben met alle inwoners. Niet alleen in het stembokje maar ook tijdens de aanloop naar de verkiezingen, zoekt de gemeenteraad daarom de dialoog met de inwoners.

Omdat het opkomstpercentage onder jongeren bij de vorige gemeenteraadsverkiezingen erg laag was, besteden we aan deze doelgroep extra aandacht. Bovendien zijn het de kiezers van de toekomst. Als wij hun nu het belang van hun stem helpen inzien, dan levert ons dat niet alleen bij deze verkiezingen winst op, maar ook bij toekomstige verkiezingen. We gaan daarom, naast alle traditionele communicatiemiddelen, meer in (film-)beelden communiceren zoals vlogs en filmpjes, die we combineren met tekst en verspreiden over allerlei soorten media (van verkiezingskrant tot YouTubekanaal) zodat we niet alleen de jongeren, maar alle inwoners van Heerhugowaard aanspreken.

Bestuurlijke achtergrond

De gemeenteraad heeft zichzelf in 2013 als doel gesteld²: *“Doel van de raadscommunicatie voor de komende jaren is om inwoners te informeren over taken, bevoegdheden en werkwijze van de gemeenteraad.*

1) Kennisbevordering bij de doelgroep over het openbaar bestuur is daarom het eerste doel.

Hiervoor moet ook de zichtbaarheid en profilering van de gemeenteraad worden vergroot.

2) Belangrijk vindt de raad ook om de inwoners zoveel mogelijk te betrekken bij wat zij doen, met een vergroot vertrouwen van de burger in het lokaal bestuur tot gevolg.”

Vervolgens richtte de raad de Raadswerkgroep Communicatie die zich bezighoudt met communicatie en participatie (incl. co-creatie). Zo stuurt zij de organisatie van de Praat met de Raad en Raad on Tour-avonden aan en organiseerde zij de Burgertop H300. De Raadswerkgroep Communicatie voert ook de amendementen opkomstbevordering en inwonersparticipatie uit, die zijn voortgekomen uit de behandeling van de voorjaarsnota 2016³⁴.

² <https://raad.heerhugowaard.nl/geuplade-documenten/communicatieplan-voor-website.doc>

³ <https://raad.heerhugowaard.nl/Vergaderingen/Gemeenteraad/2016/30-juni/09:00/Voorjaarsnota-2016-Reservekeeper-2016-jaarstukken-incl-stresstest-MPG-2016/Amendement-2016-06-30-B-Raadscommissie-Communicatie-Bewonersparticipatie-UNANIEM-AANGENOMEN.pdf>

⁴ <https://raad.heerhugowaard.nl/Vergaderingen/Gemeenteraad/2016/30-juni/09:00/Voorjaarsnota-2016-Reservekeeper-2016-jaarstukken-incl-stresstest-MPG-2016/Amendement-2016-06-30-E-Opkomstbevordering-UNANIEM-AANGENOMEN.pdf>

Oplossingsrichtingen/ uitvoering amendementen, communicatiebeleid en organisatie gemeenteraadsverkiezingen

Organisatie gemeenteraadsverkiezingen

De organisatie van de gemeenteraadsverkiezingen heeft vele aspecten. De basis van de vorige gemeenteraadsverkiezingen was goed. Ook deze gemeenteraadsverkiezingen organiseren we daarom:

- een verkiezingsdebat in Cool
- een verkiezingskrant (online en offline)
- en een uitslagenavond.

Daarnaast stelt de werkgroep voor om aan dit pakket toe te voegen:

- het Kieskompas als extra faciliteit voor onze inwoners om een stemkeuze te maken en zo extra stemmers te trekken. In tegenstelling tot de Stemwijzer vertelt het Kieskompas je niet op welke partij je moet stemmen. De invuller van het Kieskompas krijgt een goede inschatting van de positie die hij of zij inneemt in het totale politieke krachtenveld. Het vormt 'slechts' een kompas die richting kan geven, aan de kiezer de keuze of hij daar in het stemhokje iets mee doet.
- Extra stemlocaties, bijvoorbeeld bij de entree/ exit wegen van Heerhugowaard zoals de Westtangent en de Oosttangent, als extra aanvulling op de stemlocatie bij het station. Het aantal stembureaus per duizend inwoners is namelijk van belang in het kader van opkomstbevordering.
- Ook willen we een verkiezingsstunt organiseren, waardoor de verkiezingsdag extra aandacht krijgt. Wij denken bijvoorbeeld aan een 'kiss and vote'-plek bij één van de nieuwe stemlocaties bij de uitvalswegen van de stad, om het zo nog makkelijker te maken om te gaan stemmen en er bovendien van publicitaire aandacht aan te geven.
- Het stemmen moet bovendien zo gemakkelijke mogelijk gemaakt worden. Hierbij valt te denken aan bijvoorbeeld heldere uitleg over hoe je moet stemmen, evenals extra faciliteiten (zoals wegwijzers naar het stembureau, een mobiel bureau of een bureau op een plek waar veel publiek komt). Verbetering van de huidige stemlocaties valt hier ook onder.
- Ook een vervroegde opening van deze stemlocaties zou voor de vele forensen uit onze gemeente extra stembewegingen moeten opleveren. Momenteel loopt er ook nog een onderzoek bij ons 'datalab' van de gemeentelijke organisatie om een grondige analyse te maken van het stemgedrag van onze inwoners, gecombineerd met demografische gegevens.

Inspiratie-agenda

- Inspiratie-agenda: vullen

Bij de komende verkiezingen willen we onderzoeken of we via co-creatie de democratische vernieuwing kunnen doortrekken: We willen daarom een Inspiratie-agenda maken, waarop thema's staan die de inwoners van Heerhugowaard belangrijk vinden. Die thema's zijn het resultaat van een jongerentop, die in de vorm van een vlogfestival voorafgaand aan de verkiezingen plaatsvindt en een burgerraadpleging die wij on-, of offline gaan organiseren. De inwoners van HHW stemmen dus niet alleen hun op hun politieke voorkeur, maar ook op thema's die zij de aankomende vier jaar belangrijk vinden.

Deze thema's geven aan wat de inwoners lokaal belangrijk vinden, bijvoorbeeld goede verbindingswegen of meer gezelligheid in de wijk.

De thema's die de meeste stemmen hebben gekregen worden door inwoners omgezet naar praktische ideeën. Het idee wordt zo een plan en wordt aangeboden aan de raad. De raad bepaalt of het idee wordt geadopteerd of wordt ondersteund door middel van het bieden van faciliteiten en middelen. De Inspiratie-agenda geeft de gemeenteraad, naast een boel publiciteit, meer inzicht in welke vraagstukken die inwoners belangrijk vinden en aan willen gaan werken. En zet bovendien mensen aan om te participeren in de leefbaarheid van hun buurt of stad.

De inspiratie-agenda wordt gevuld door iedereen: alle inwoners van Heerhugowaard. We proberen hun input op vier manieren binnen te halen:

1. Vlogfestival:

De thema's van de Inspiratie Agenda worden deels gevuld door jongeren in de leeftijdsgroep 17-25 jaar. Zij worden uitgenodigd om een vlog te maken over hoe het is om jong te zijn in Heerhugowaard. Zo krijgt de gemeenteraad een mooie beeld over hoe het is voor jongeren om hier te wonen, te werken, te sporten, naar school en uit te gaan, etc. Dit resulteert in een vlogfestival dat in het najaar plaatsvindt, waarop ook workshops (bijvoorbeeld rappen of crowdfunding) worden gegeven, muzikanten en influencers aanwezig zullen zijn. De kick-off van deze (vlog-) campagne is op het Mixtreamfestival. Op het vlogfestival wordt ook een jongerenburgemeester gekozen, die gedurende het jaar jongeren vertegenwoordigt in formele en informele setting.

2. Ophalen in de stad

De inspiratie-agenda wordt ook gevuld door informatie die raadsleden uit de stad ophalen. Vanaf september van dit jaar gaan raadsleden hiervoor de wijk in, op bezoek bij inwoners, maatschappelijke organisatie of bedrijven
Dat kan op verschillende manieren; met een koffiekar of een pizzacaravan ergens op een plein gaan staan of bijvoorbeeld door een lesprogramma op scholen te verzorgen. Zoals altijd geldt natuurlijk ook bij deze activiteiten dat raadsleden komen luisteren en geen politiek gaan bedrijven.

3. Ophalen in de organisatie

Consultatie die al bij beleidsvorming elders in de organisatie heeft plaatsgevonden (bijvoorbeeld bij de Woonvisie of de Omgevingswet) dient eveneens als input voor de inspiratie-agenda. Samen met het Datalab van de gemeente wordt hier onderzoek naar gedaan.

4. Digitaal platform

Het hele proces van de vorming en het uitzetten van de inspiratie-agenda wordt ondersteund door een digitaal platform, gekoppeld aan een Facebookpagina en een YouTubekanaal. Hierop kunnen de vlogs worden ge-up-, en download, alle inwoners kunnen hun ideeën plaatsen. Aansluitend zou op dit platform ook als voor crowdfunding kunnen worden gebruikt.

• Inspiratie-agenda: kiezen van thema's

Alle ideeën die in aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen via de verschillende acties worden opgehaald, worden geconverteerd naar een aantal thema's die de inspiratie-agenda vormen waarop kan worden gestemd. Deze thema's zijn maatschappelijke vraagstukken die betrekking hebben op de stad en waarin inwoners zich herkennen. De thema's van de inspiratie-agenda krijgen ook een plek in het verkiezingsdebat en op onze diverse communicatiekanalen zoals Facebook en het YouTubekanaal. Zodoende kunnen ze gedeeld worden met het netwerk van degenen die een bijdrage aan de inspiratie-agenda hebben geleverd, wat weer bijdraagt aan meer publiciteit en een hogere opkomst tijdens de verkiezingen. Ook 16- tot 18 jarigen kunnen al stemmen op de thema's van de inspiratie-agenda. Zo creëer je betrokkenheid bij de volgende generatie stemgerechtigden.

Het kiezen zelf kan op een aantal manieren en momenten, aan de commissie Middelen en Stadsbeheer wordt gevraagd hierin een keuze te maken:

- op de verkiezingsdag zelf, in de buurt van het de stemlokaties. Mensen stemmen zodoende voor de gemeenteraadsverkiezingen en voor de inspiratie-agenda. Zo wordt de opkomst extra bevorderd.
- voorafgaand aan het verkiezingsdebat dat op 14 maart 2018 plaatsvindt. De uitkomst kan dan input leveren aan de inhoudelijke invulling van het debat. Ook krijgen politieke partijen zodoende nog tijd om op de gekozen thema's te anticiperen bijvoorbeeld door het maken van filmpjes.

- Vanaf een week na het vlogfestival (midden december) kan gedurende enkele weken, continu on-line worden gestemd.

Bij de hierboven genoemde twee eerste opties gaat het over één moment waarop fysiek en online gestemd kan worden. Bij de laatste mogelijkheid kan gedurende een aantal weken alleen on-line worden gestemd.

- Inspiratie-agenda: uitwerken van thema's naar ideeën en plannen

Net als bij de burgertop H300 wil de gemeenteraad de inwoners niet alleen bereiken, maar wil hij ook duurzame betrokkenheid genereren. Dat betekent dat inwoners niet alleen thema's kunnen aandragen die zij van belang vinden, maar dat zij ook nadenken over hoe zij zelf met die thema's aan de slag kunnen en zodoende (mede-) eigenaar van de oplossing worden.

De thema's die de meeste stemmen hebben gekregen worden door inwoners omgezet naar praktische ideeën. Het idee wordt zo een plan en wordt aangeboden aan de raad. De raad bepaalt of hij het idee adopteert of gaat ondersteunen door middel van faciliteiten en middelen. Hiervoor moet het idee wel aan bepaalde eisen voldoen. Zo moet het idee niet conflicterend zijn aan bestaand beleid, inwoners moeten kunnen participeren aan het idee en er moet draagvlak zijn, het moet financieel haalbaar zijn en het idee moet bijvoorbeeld door middel van crowdfunding worden gefinancierd.

Deze uitwerking geeft op hoofdlijnen aan wat de bedoeling is. Een gedetailleerde uitwerking volgt in de het vierde kwartaal van dit jaar.

Communicatiebeleid gemeenteraad

Het huidige communicatiebeleid van de gemeenteraad dateert alweer uit 2013. Een nieuw communicatieplan en -aanpak waarin verbinding tussen gemeenteraad en samenleving centraal staat door middel van communicatie en co-creatie past goed bij de wensen van de gemeenteraad en sluit aan bij de veranderende rol van de samenleving ten opzichte van de lokale overheid. Deze weg is de gemeenteraad al geruime tijd, met succes, ingeslagen en wordt tot aan de nieuwe raad in 2018 voorgezet. Er wordt tot die tijd ingezet op een zichtbare, begrijpbare en menselijke raad. Dat betekent onder andere dat de raad een content-strategie gaat ontwikkelen voor de inzet van de diverse communicatiemiddelen (met name social-media-middelen/online platform) en verder werkt aan de verbinding met de samenleving door bezoeken in de wijk, het organiseren van de jongerenraad. Ook zal er verder worden ingezet op vervolgen van de raad on tour, praat met de raad en varianten op de burgertop. Dit om de raad ook offline zo zichtbaar mogelijk te laten zijn voor de inwoners van de gemeente.

De werkgroep communicatie zal in het derde kwartaal van 2017 een nieuw communicatiebeleid/aanpak voorleggen aan de gemeenteraad voor 2017 en 2018 met een doorkijk naar de nieuwe raadsperiode tot 2022.

Uitvoering van deze oplossingsrichtingen

De organisatie van de gemeenteraadsverkiezingen en de opkomst bevorderende maatregelen kosten naast geld ook tijdsinvestering van medewerkers die 'handjes' moeten leven. Om deze doelstellingen te realiseren zal er een projectgroep 'opkomstbevordering' opgericht. Projectleider zal Karin Hannink zijn. De projectleider zal worden aangestuurd door een stuurgroep bestaande uit de burgemeester, de griffier en de directeur regie en ontwikkeling. De dagelijkse aansturing zal de griffier voor haar rekening nemen alsmede de budgetverantwoordelijkheid. De projectleider zal worden ondersteund door een projectteam die intensief samenwerkt met de raads werkgroep communicatie en participatie

Samenstelling projectteam:

- Projectleider 0,89 fte (Karin Hannink)
- Beleidsmedewerker / secretaris 1,80 fte

- Medewerker ondersteuning 1 fte
- Communicatie en PR (met name extern) 0,55 fte
- HBO stagiair (indien mogelijk) 0,5 fte en administratief MBO 0,4 fte

Vanuit de raad zullen wij, de Raadswerkgroep Communicatie, weer meedenken en meewerken aan dit project. Vanwege de omvang van het project, wordt onze groep opgesplitst in kleinere groepen die zich met de verschillende onderdelen van het project gaan bezig houden. Aan alle raads-, en commissieleden wordt gevraagd om aan deze groepen deel te nemen.

Juridische gevolgen:

Onderzocht wordt of vervroegde openingstijden van stemlokaties mogelijk zijn en of het juridisch mogelijk is om op de stemlokaties ook andere activiteiten, zoals het stemmen op de inspiratie-agenda te organiseren.

Financiële gevolgen:

Aan de speerpunten zijn grofweg de volgende kosten verbonden:

Organisatie verkiezingen(debat, krant/ glossy/ pr/ kieskompas): 44.000 euro.

Inspiratie-agenda en Vlogfestival (Externe inhuur PR/Vlogs/Communicatie/on-line platform) : 90.000 euro.

Hiervoor is dekking uit de volgende reserves: Bewonersparticipatie (54.000) Opkomstbevordering (54.000) en de reserve Burgertop H300 (25.000).

Onderzocht wordt of de bekostiging van de personele capaciteit geleverd kan worden door de ambtelijke organisatie om zo de kosten budgetneutraal te houden.

Samenvatting

De Raadswerkgroep Communicatie informeert de raad over de wijze waarop aan de amendementen Opkomstbevordering en Burgerparticipatie uitvoering kan worden gegeven. Besproken wordt hoe de raad de opkomst bij de gemeenteraadsverkiezingen kan bevorderen en waarom dit belangrijk is. Een van de oplossingen is de inzet van een inspiratie-agenda die in een co-creatief proces samen met de inwoners wordt gemaakt en uitgewerkt.

Met deze opiniërende nota wil de Werkgroep Communicatie de Commissie Middelen en Stadsbeheer:

- informeren over de wijze waarop uitvoering wordt gegeven aan de amendementen Opkomstbevordering en Bewonersparticipatie;
- instemming vragen over de gekozen oplossingsrichtingen over de uitvoering amendementen, het communicatiebeleid en de organisatie gemeenteraadsverkiezingen;
- vragen om een keus te maken over waar, wanneer en hoe er gestemd kan worden op de thema's van de inspiratie-agenda:
 1. op de verkiezingsdag zelf;
 2. voorafgaand aan het verkiezingsdebat;
 3. alleen online vanaf een week na het vlogfestival.

Bijlagenr.

Bij17-284

Bij17-287

Bij17-285

Bij17-354

Bij17-337

Titel/Onderwerp

Verbetering opkomst onderzoeksrapport 2016 Tilburg University

Evaluatie Burgertop

Communicatiejaarplan gemeenteraad 2013/2014

Amendement bewonersparticipatie

Amendement opkomstbevordering