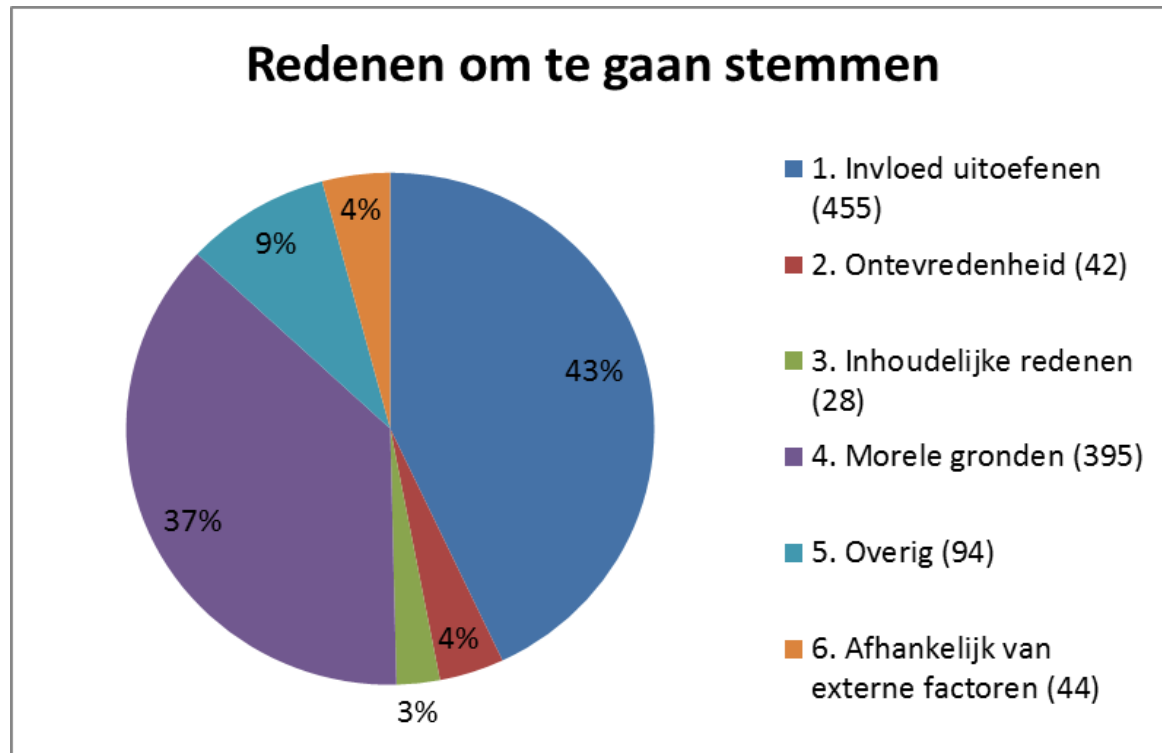
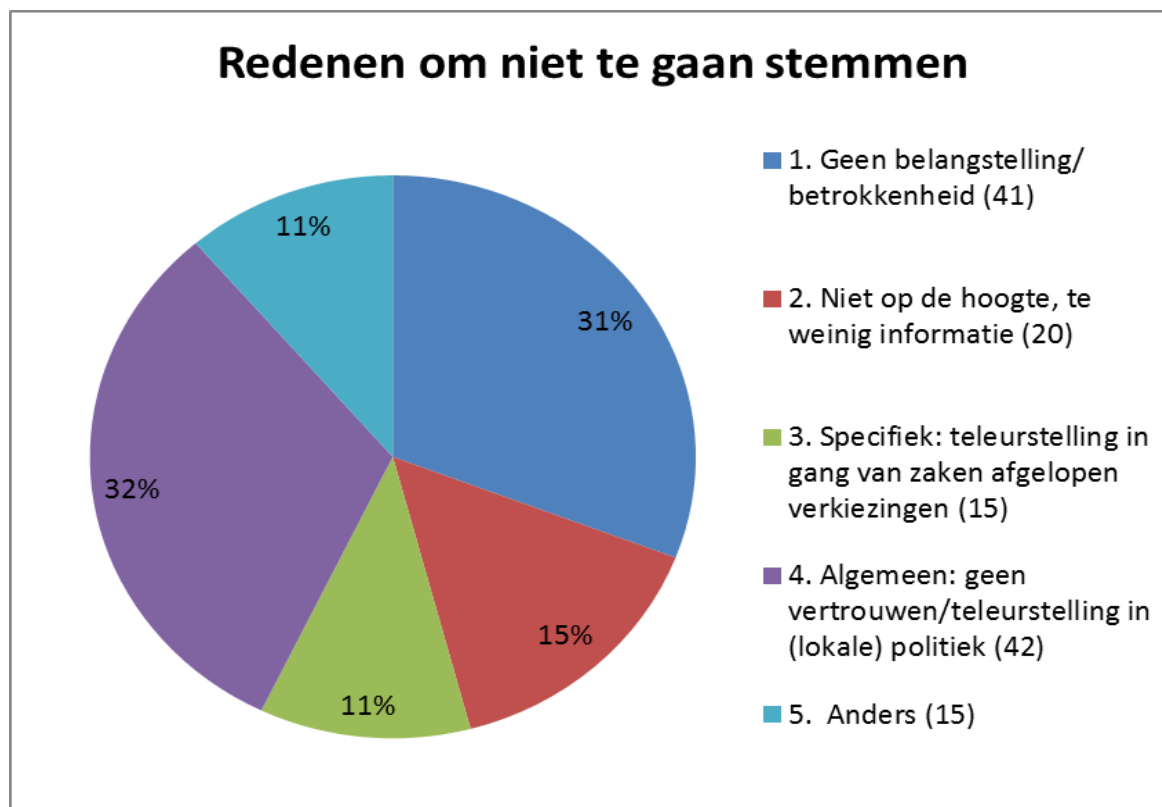


Rode draad enquête opkomst verkiezingen

1. Waarom gaan mensen stemmen (1.055 respondenten)?



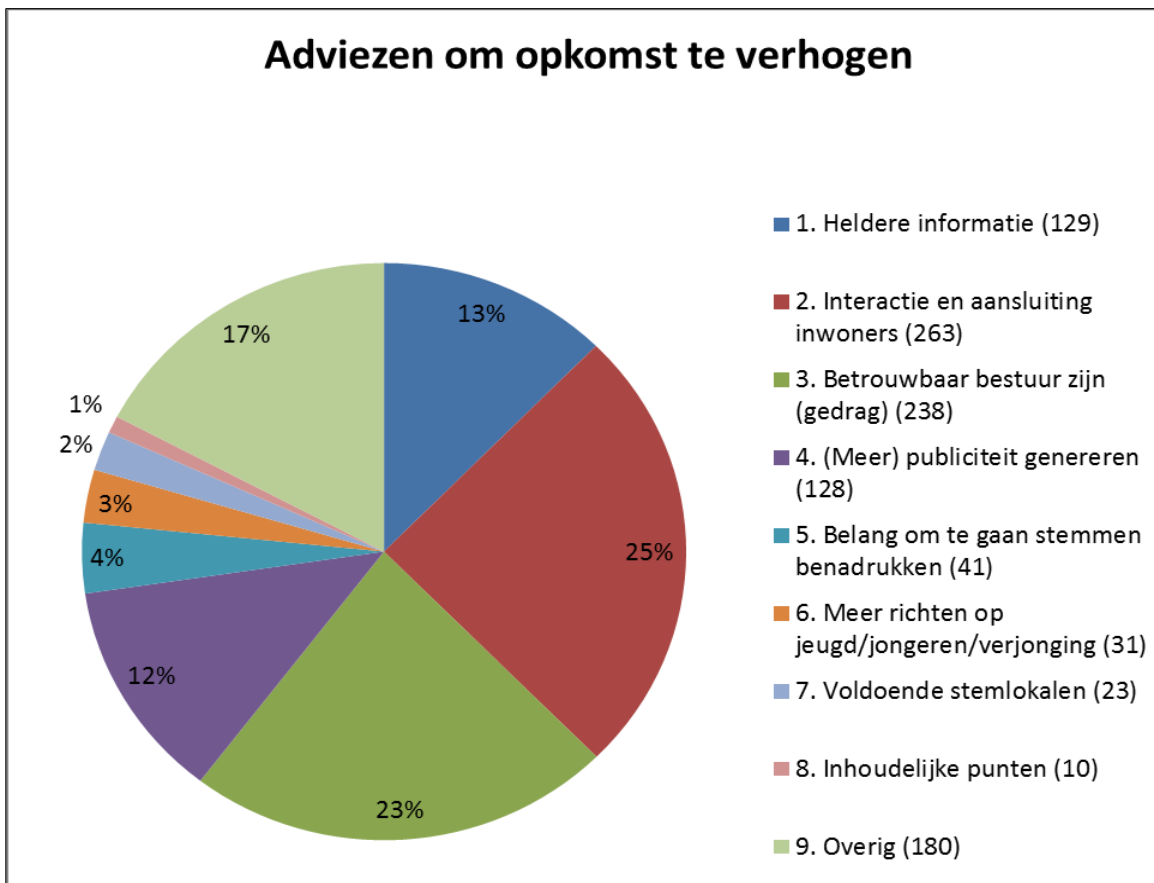
2. Waarom gaan mensen niet stemmen (133 respondenten)?



3. Waarom weten mensen nog niet of ze gaan stemmen (69 respondenten)?



4. Wat kan ervoor zorgen dat er meer mensen gaan stemmen (960 respondenten)?



5. Conclusie

Waarom gaan mensen stemmen (1.055)?

Veruit meeste mensen (525) gaan stemmen omdat ze invloed uit willen oefenen op de lokale politiek. De meest gehoorde argumentatie daarbij is (specifiek benoemd door 202 mensen): "als je niet gaat stemmen, mag je achteraf ook niet klagen over dat er zaken niet goed gaan". Ook veel genoemd: om voor je eigen mening/ belang op te komen. 28 mensen benoemen specifieke inhoudelijke redenen om te gaan stemmen. 42 mensen uiten specifiek hun onvrede over de (huidige) politiek, 25 daarvan noemden hierbij de vorige coalitievorming.

Veel mensen (395) stemmen uit plichtsbesef of uit principe. Ze vinden het een (voor)recht om te mogen stemmen ("mijn grootmoeder heeft voor het stemrecht op de barricade gestaan").

Vaak wordt ook een combinatie van redenen genoemd. Bijvoorbeeld: "ik vind het een belangrijk recht om te gaan stemmen. Met mijn stem kan ik invloed uitoefenen".

Waarom gaan mensen niet stemmen (133)?

Een gebrek aan vertrouwen in de (lokale) politiek is de meest genoemde reden waarom inwoners niet gaan stemmen. De gang van zaken rondom de coalitievorming in maart 2014 speelt hierbij een rol. 14 mensen benoemden dit specifiek.

Daarnaast zijn er veel mensen die zich weinig betrokken voelen bij de lokale politiek. Ze hebben geen zin of tijd om zich hierin te verdiepen (andere prioriteiten).

Waarom twijfelen mensen nog of ze gaan stemmen (69)?

De meeste mensen die nog niet weten of ze gaan stemmen (18), zijn nog niet bezig (gewees) met de verkiezingen, of hebben nog geen idee waarop ze gaan stemmen (11). Het heeft voor hen weinig prioriteit. Een deel van de respondenten (18) heeft weinig vertrouwen in de (lokale) politiek en heeft het idee dat het geen zin heeft om te stemmen ("ze doen toch wat ze zelf willen"). 6 mensen daarvan verwezen naar de coalitievorming.

Adviezen om de opkomst bij verkiezingen te verhogen (960)

Een goede interactie met inwoners is het meest gegeven advies (263 keer). Het is belangrijk dat bestuurders goed luisteren, aansluiten op wat er lokaal leeft én zichtbaar zijn. Niet alleen in de aanloop naar de verkiezingen, maar gedurende het hele jaar.

Daarnaast is het van belang dat bestuurders betrouwbaar, consistent en transparant zijn en (verkiezings)beloften nakomen (238 keer). Dit gaat ook over 'goede samenwerking tussen partijen onderling' en 'recht doen aan verkiezingsuitslag'. Ook bij deze antwoorden is te zien dat er nog 'oud zeer' aanwezig is over de coalitievorming in 2014.

Waar mensen behoefte aan hebben, is begrijpelijke, beknopte en concrete informatie over politieke speerpunten en verschillen (bv. kieswijzer), evt. ook over wat er al is bereikt (129).

Ook het genereren van publiciteit en campagne voeren wordt vaak genoemd (128). Er is echter geen eenduidige lijn of advies via welke middelen dat zou moeten zijn. 15 keer wordt aangegeven dat inzet van sociale media noodzakelijk is. De politiek moet specifiek aandacht schenken aan jongeren, volgens 31 respondenten.

23 mensen geven aan dat er voldoende stemlokalen moeten zijn, die goed bereikbaar zijn. 10 mensen noemen specifieke inhoudelijke punten waar de politiek mee aan de slag moet om de opkomst te verhogen. Bijvoorbeeld het vinden van een oplossing voor de Beekse Brug en zorgen voor evenredige aandacht voor alle kernen.

De adviezen in de categorie overig lopen uiteen van minder politieke partijen, digitaal stemmen, verplichten om te gaan stemmen, tot het geven van een kleine attentie om stemmers te belonen (relatief vaak genoemd).

6. Advies

Wat kan de gemeente volgens haar inwoners doen om de opkomst bij gemeenteraadsverkiezingen te verhogen?

1. Ben zichtbaar en nabij

Volgens onze inwoners is het allerbelangrijkste dat bestuurders zichtbaar en nabij zijn, gedurende het hele jaar. Draag uit waar je voor staat, sluit aan bij wat er lokaal leeft en maak steeds de vertaalslag wat beleid betekent voor de 'gewone mens'.

2. Werk aan imago politiek

Wanneer mensen niet gaan stemmen, komt dat meestal door een gebrek aan vertrouwen in de lokale politiek. De gang van zaken rondom de coalitievorming in 2014 wordt hierbij vaak specifiek benoemd. De politiek is nu aan zet om het publieke vertrouwen te herstellen. Door betrouwbaar, consistent en transparant te zijn, goed samen te werken en na te komen wat ze hebben beloofd. Er moet respectvol gediscussieerd worden op inhoud en niet op de persoon.

3. Blijf uitdragen dat stemmen een voorrecht is en je met stemmen invloed uitoefent

Over het algemeen gaan mensen stemmen om invloed uit te oefenen op de lokale politiek. Veel mensen stemmen ook uit plichtsbesef. Deze twee factoren moeten dan ook terugkomen in de communicatie, om deze mensen eraan te blijven herinneren waarom ze naar de stembus gaan.

4. Maak het stemmers gemakkelijk met een kieswijzer

Een andere, veel voorkomende reden om niet te gaan stemmen, is een gebrek aan interesse en betrokkenheid. De politiek is voor hen een beetje een 'ver-van-mijn-bed-show'. Het is de vraag in hoeverre we deze mensen kunnen interesseren om naar de stembus te gaan. Een deel van deze mensen is geholpen door het actief verstrekken van een beknopt en begrijpelijk overzicht van politieke standpunten en verschillen. Bijvoorbeeld door dit bij te sluiten bij de oproepkaarten. Dan vormt tijdgebrek om zich te verdiepen in de politiek in ieder geval geen belemmering meer. Een dergelijk overzicht of (online) kieswijzer is ook vaak als advies

genoemd. Dit is ook een goede methode om de kiezers te bereiken die wel willen stemmen, maar nog niet weten waarop.

5. Zorg voor voldoende publiciteit, online en offline

Publiciteit blijft een basisvoorwaarde om mensen te bereiken. Gebruik een mix van verschillende middelen, zowel offline als online (social media), vanwege de brede doelgroep. Wat betreft social media: Facebook is verreweg het grootste sociale netwerk, ook in Laarbeek. Zorg voor aansprekende content (geplaatste berichten) en advertizing voor extra bereik.

Diverse mensen geven het advies om vooral niet de jongeren te vergeten. Daarvoor is het wel van belang om te weten of het ook echt zo is dat er weinig jongeren stemmen. Dat is niet af te leiden uit de enquêteresultaten.

6. Basisvoorwaarden op orde

Volgens het principe van 'leuker kunnen we het niet maken, wel makkelijker': zorg dat de basisvoorwaarden op orde zijn. Maak het mensen zo makkelijk mogelijk om te stemmen. Zorg voor duidelijke instructies en voldoende stembureaus met ruime openingstijden. Dit komt tegemoet aan de mensen die aangeven dat al dan niet stemmen afhangt van externe factoren en kan in sommige gevallen nét de doorslag geven om te gaan stemmen.

7. Aanvullende adviezen (bovenop adviezen inwoners)

- Gebruik de sociale norm in je communicatie: mensen kijken naar wat andere mensen doen en kopiëren dat gedrag. Zeg bijvoorbeeld: 'De meeste mensen in Laarbeek gaan stemmen'. Dit geldt ook voor jongeren. Sociale aansluiting ('erbij horen', dus doen wat de meeste leeftijdsgenoten doen) is enorm belangrijk voor jongeren.
- Autoriteit en sympathie: de meeste mensen zijn geprogrammeerd om te doen wat mensen (of bedrijven) met autoriteit van ze vragen en mensen zeggen graag 'ja' tegen personen die ze kennen en/of aardig vinden. Gebruik daarom de burgemeester als afzender. Die heeft autoriteit en staat dicht bij de inwoners. Gebruik daarnaast sleutelfiguren uit verschillende doelgroepen in de samenleving die uitdragen dat ze gaan stemmen en waarom.
- Tot slot: de hierboven genoemde adviezen om stemgedrag te bevorderen zijn grotendeels gebaseerd op uitspraken en aannames van inwoners. Om te bekijken bij welke doelgroepen de meeste winst te behalen is, is het aan te bevelen om te onderzoeken welke mensen wel en niet gestemd hebben (de beste voorspeller voor toekomstig gedrag is eerder gedrag, dus de grootste winst zit bij de mensen die niet gaan stemmen). Denk daarbij aan demografische factoren als leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en woonplaats. Vervolgens kun je dan ook toetsen of het echt zo is dat de gemeente zich meer op jongeren zou moeten richten.

Bijlagen (Excel):

- Bijlage 1: Antwoorden en analyse waarom mensen wel gaan stemmen
- Bijlage 2: Antwoorden en analyse waarom mensen niet gaan stemmen
- Bijlage 3: Antwoorden en analyse waarom mensen nog niet weten of ze gaan stemmen
- Bijlage 4: Antwoorden en analyse van adviezen om opkomst te verhogen