

Raadsinformatiebrief

Onderwerp

Onderzoek door Universiteit van Tilburg naar opkomstbevordering verkiezingen

Datum

8 januari 2019

Voorstel

Kennis nemen van de resultaten en de aanbevelingen uit het rapport 'verkiezingen op komst' en hetgeen is opgehaald in de open vragen aan inwoners. De uitkomsten gebruiken in de aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen in 2022.

Toelichting

De opkomst bij gemeenteraadsverkiezingen loopt achter bij die bij landelijke verkiezingen. Het is nodig om de inwoners te betrekken bij de politiek en naar de stembus te krijgen. Daarvoor is een communicatiekalender gemaakt, waarin allerlei acties en middelen zijn benoemd in de aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen op 21 maart 2018 (onder andere twee keer de cursus Politiek Actief, enquête via TipMooiLaarbeek, artikelenreeks in de MooiLaarbeekkrant, inzet inwoners als ambassadeur, advertenties op tv, website, krant en één centraal politiek debat).

De Provincie bood eind 2017 de mogelijkheid om mee te doen aan een onderzoek naar opkomstbevordering. Dat paste prima bij de communicatiemiddelen die al in de communicatiekalender werden genoemd. De opzet van het onderzoek was zo groot, dat we dat nooit in eigen beheer hadden kunnen doen en het bood ons een unieke kans om inzicht te krijgen in de redenen waarom inwoners wel of niet gaan stemmen omdat we eigen vragen konden toevoegen aan het onderzoek.

Het Provinciaal onderzoek bevatte drie onderdelen:

- a) Redenen waarom Brabanders (niet) gaan stemmen;
- b) Effecten van het sturen van brieven en van een deur-aan-deurcampagne;
- c) Verband tussen het aantal stembureaus en de hoogte van de opkomst.

De onderzoeken werden uitgevoerd door de Universiteit van Tilburg (UvT). Onderzoeken a en c waren bedoeld voor de provincie. De gemeenten Hilvarenbeek en Laarbeek hebben zich aangemeld voor onderzoek b. De Provincie wil de uitkomsten van de onderzoeken a en c gebruiken in aanloop naar de Provinciale Statenverkiezingen in 2019. Het eindrapport is door de onderzoekers op 31 augustus gepresenteerd aan de opdrachtgever.

Aanpak UvT

In samenspraak met de onderzoekers zijn vragenlijsten opgesteld. Deze bevatten de vragen die voor de onderzoekers noodzakelijk zijn en is aangevuld met eigen vragen die ons kunnen helpen in de communicatie naar inwoners rondom verkiezingen.

Er zijn 6000 inwoners geselecteerd (max 1 per adres) die enkele weken voor de verkiezingen een vragenlijst kregen. Kort na de verkiezingen volgde een tweede vragenlijst aan dezelfde inwoners. In de tussenliggende periode stuurden we informatiekaarten en werden inwoners

via een deur-aan-deurcampagne bezocht. Om te kunnen bepalen wat het effect was van de verschillende communicatiemiddelen, verdeelden de onderzoekers de groep van 6000 inwoners in drie groepen. Groep 1 ontving een informatiekaart met een motiverende of een informerende boodschap. Een deel van groep 2 werd bezocht in de deur-aan-deurcampagne. De derde groep vormde de controlegroep; deze groep werd niet benaderd via de informatiekaart of via de deur-aan-deurcampagne.

Conclusies onderzoek UvT

Voor de provincie heeft het onderzoek uitgewezen dat de inwoners weinig weet hebben van de werkzaamheden van Provinciale Staten en dat dat een reden is om daarom niet naar de stembus te gaan. Verder zouden meer stembureaus wellicht een klein effect hebben op de opkomst, maar dat brengt onevenredig veel kosten met zich mee.

Voor de beide gemeenten zijn de conclusies vergelijkbaar:

- 1) Communicatie draagt bij aan het bevorderen van de opkomst;
- 2) Het effect van communicatiemiddelen op politieke opvattingen lijkt beperkt;
- 3) Een schriftelijke herinnering aan de komende verkiezingen heeft effect.

Die drie aanbevelingen leiden tot 4 lessen voor de toekomst:

- 1) Verstuur een brief vanuit de burgemeester;
Uit het onderzoek blijkt dat dit het meest effect heeft. Hoe concreter de informatie, hoe groter het effect. Een brief is veruit te verkiezen boven een deur-aan-deurcampagne.
- 2) Richt de boodschap op informeren, aangevuld met motiverende elementen;
- 3) Maak gebruik van een wervende kaart om inwoners te herinneren;
- 4) Richt de communicatie op kiezers die ondervertegenwoordigd zijn.
In het onderzoek hebben de onderzoekers het vooral over lager opgeleiden.

Eigen onderzoek

In de 6000 vragenlijsten zijn ook eigen vragen meegenomen om ons inzicht te geven in de redenen waarom inwoners wel of niet gaan stemmen en welke adviezen ze hebben om de opkomst te bevorderen. Daarop is door vele respondenten gereageerd en geeft een aardig beeld. Er is bewust gekozen voor open vragen om niet te sturen in antwoorden en dat heeft geleid tot een grote diversiteit aan reacties. Deze zijn gecategoriseerd en in de grafieken in de bijlage opgenomen. In die bijlage staan de meest voorkomende reacties ook benoemd. De belangrijkste conclusies daaruit:

1- Waarom gaan inwoners stemmen (1055 respondenten)

43% wil invloed uitoefenen op de politiek

37% heeft morele gronden om te gaan stemmen

20% heeft andere redenen (bijvoorbeeld 4% is ontevreden over hoe het was)

2- Waarom gaan inwoners niet stemmen (133 respondenten)

32% heeft geen vertrouwen of is teleurgesteld in de (lokale) politiek

31% heeft geen belangstelling/voelt zich niet betrokken bij de politiek

15% zegt niet voldoende op de hoogte te zijn

11% is teleurgesteld in de gang van zaken bij de verkiezingen in 2014

11% heeft en andere reden

3- Waarom weet u niet of u gaat stemmen (69 respondenten)

- 26% heeft te weinig kennis van lokale partijen
- 26% zegt dat stemmen geen nut heeft
- 16% weet niet waar ze op moeten stemmen
- 4% is niet aanwezig op de verkiezingsdag
- 32% heeft geen interesse, is te weinig betrokken of heeft een andere reden

4- Heeft u adviezen om de opkomst te verhogen (960 respondenten)

- 25% wil interactie en aansluiting politiek-inwoners
- 23% vindt dat het bestuur betrouwbaar gedrag moet vertonen
- 13% is op zoek naar heldere informatie en
- 12% naar meer publiciteit
- 27% heeft andere ideeën

Opkomst

Belangrijke vraag is of de acties hebben geleid tot een hogere opkomst. We weten niet hoe de opkomst geweest zou zijn als we niet meegedaan hadden aan deze actie. We kunnen alleen de cijfers naast elkaar leggen.

Jaar	2018	2014	2010
Aantal stemmers	9.809	9.684	9.027
Opkomstpercentage	55,4	56,1	53,8

Toekomst

De uitkomsten van de onderzoeken zijn bruikbaar bij volgende gemeenteraadsverkiezingen. De gemeente kan er in haar communicatie rekening mee houden en er zijn voor de politiek ook aanknopingspunten.

Concreet is voor de gemeente te noemen (vanuit het onderzoek door de UvT en reacties op open vragen):

- Brief versturen vanuit de burgemeester met een informerende boodschap;
- Wervende kaart sturen ter ondersteuning van die boodschap;
- Communicatie ook richten op lager opgeleiden;
- Er is behoefte aan een overzicht/kieswijzer om standpunten en verschillen beter zichtbaar te maken
- Gebruik social media om bereik te vergroten;
- Gebruik sleutelfiguren als ambassadeur voor verkiezingen.

Met name de aanknopingspunten voor de politiek zijn te lezen in de reacties op de open vragen in het eigen onderzoek. Concreet is voor de politiek te noemen:

- Politici dienen meer zichtbaar te zijn dan alleen net voor de verkiezingen
- Politiek moet duidelijker maken waar ze voor staan in begrijpelijke taal
- Werk aan vertrouwen, consistentie en transparantie, nakomen wat wordt beloofd

Hoogachtend,

de gemeentesecretaris van Laarbeek, de burgemeester van Laarbeek,



M.J.M. Meertens



F.L.J. van der Meijden.

