

Medemblik kiest!

Een nieuwe gemeenteraad

21 maart 2018

Keuzemenu

Op woensdag 21 maart 2018 zijn er weer verkiezingen voor de gemeenteraad. Deze notitie gaat over de communicatie van de verkiezingen. Er zijn twee communicatiestromen: gemeentelijke communicatie is gericht op motivatie van de stemgerechtigden om te gaan stemmen, de politieke partijen richten zich op het binnenhalen van stemmen door het communiceren van de inhoud van het verkiezingsprogramma. Dit document is opgesteld als een soort menukaart. De raad mag bepalen wat en hoe we communiceren ~~er wordt~~ gecommuniceerd. Natuurlijk mag ook alles, maar dat heeft natuurlijk financiële consequenties.

Projectteam

Het organiseren en faciliteren van verkiezingen gebeurt op meerdere plekken in het gemeentehuis. Om dit goed te stroomlijnen stellen we een projectteam verkiezingen samen, in ieder geval bestaande uit vertegenwoordigers van Burgerzaken, Communicatie en Griffie.

Campagnesmoel

Bij verkiezingscommunicatie spelen er in wezen twee afzenders. De deelnemende politieke partijen en communicatie vanuit de gemeente. Die laatste is vooral gericht op het motiveren van inwoners om naar de stembus te gaan. Eenduidigheid in uitstraling van de verkiezingen voor de gemeenteraad is van belang. Tenminste als het om de corporate uitingen gaat. De politieke partijen communiceren in hun eigen huisstijl. De gemeente ontwikkelt een grafisch stramien dat in alle uitingen terug komt. Of het nu de facebookpagina is, een magazine of de informatiepagina's in De Medemblikker. De grafische uitingen in deze notitie zijn afkomstig uit eerdere jaren. Ze dienen als voorbeeld.

Ontwikkeling: najaar 2017

Organisatie: team Communicatie

Budget ontwikkelen basisstramien: € 1.500

Gemeentepagina

In de aanloop naar de verkiezingen vragen we op de gemeentelijke informatiepagina in de Medemblikker met regelmaat redactionele aandacht voor de naderende verkiezingen. Op de reguliere gemeentelijke pagina's nemen we geen politieke statements op. Wel informatie over stembureau, stemmen bij volmacht enzovoort, enzovoort. Voorstel is om gedurende drie weken voor de verkiezingen wekelijks een (prikkelende) stelling op te nemen waarop de deelnemende partijen kort kunnen reageren. Ook zetten we in op motivatie om te gaan stemmen.

Periode: februari en maart 2018
Organisatie: team Communicatie
Budget: binnen reguliere budget

Advertentiecampagne

Uit onderzoeken blijkt dat papieren media nog steeds goed worden gelezen. Vooral lokale media doen het goed. Daarom kiezen we voor een serie corporate advertenties in De Binding, de Andijker en de Medembliker. Gedurende drie weken in elke periodiek een advertentie van een kwart pagina. Elke keer een ander thema. Alles gericht om mensen naar het stemlokaal te trekken.

Periode: maart 2018
Organisatie: team Communicatie
Benodigd budget: € 6.000

Verkiezingsspecial

Met de redactie van You Medemblik is gesproken over een huis-aan-huis special rondom de gemeenteraadsverkiezingen. Het uitgangspunt is een special met 32 pagina's in een oplage van 20.000 exemplaren. De verkiezingsspecial wordt huis-aan-huis verspreid. De bladformule is een combinatie tussen human interest verhalen over mensen op de kieslijst (dat kunnen lijsttrekkers zijn, maar hoeft niet). In de human interest verhalen moet de tone of voice de drive en bevoegdheid van kandidaten weergeven. En natuurlijk wat hen onderscheidt van andere deelnemers aan de verkiezingen. De verhalen schrijven we in een journalistiek genre. Vanzelfsprekend is er ook ruimte voor de highlights uit de verkiezingsprogramma's van de verschillende partijen. Daarnaast kunnen we feitelijk informatie over het stemmen communiceren. Denk daarbij aan het stemmen met volmacht, stembureaus enzovoort. De uitgave larderen we met professionele foto's. Er komen geen advertenties in de uitgave.

Periode: begin maart 2018
Organisatie: team Communicatie/redactie YouMedemblik
Benodigd budget: € 15.000 (een uitgave zonder advertenties)

Medemblik in debat

Organiseer op verschillende plekken in de gemeente (bijvoorbeeld dorpshuizen) lokale debatten (bijvoorbeeld lagerhuisconcept). Elke fractie levert per debat één persoon. Investeren in een goede gesprekleider. Algemene gemeentelijke thema's combineren met specifieke dorps aangelegenheden. Speelse opzet bedenken in een programma van maximaal anderhalf uur. Samenwerking zoeken met de verschillende dorpsraden.

Periode: eind februari/begin maart 2018
Organisatie: projectteam verkiezingen
Budget: € 3.000 (zaalhuur, koffie, thee)

Campagneborden

In elke dorpskern komen één of meer verkiezingsborden. Daarop kunnen de deelnemende partijen hun posters plakken. Daarnaast is ons voorstel om zogenaamde 'driehoeksborden' te plaatsen in alle dorpskernen. Met deze borden wordt geen specifieke partij promotie gemaakt, maar verkiezingspromotie in z'n algemeenheid. De posters kunnen verschillende thema's aanroeren.



Periode: 7 maart - 21 maart 2018
 Organisatie: projectteam verkiezingen
 Benodigd budget: € 2.000

Jongeren

In de aanloop naar de Tweede Kamerverkiezingen 2017 is door de gemeente een Facebookcampagne ontwikkeld. Deze was vooral gericht op jongeren. Het is moeilijk te meten welk effect het uiteindelijk heeft gehad binnen het opkomstpercentage. Jongeren kunnen het verschil maken. Daarom ligt het voor de hand de facebookcampagne te prolongeren. De te behandelen thema's moeten jongeren triggeren. De categorie 'nieuwe stemmers', dat zijn jongeren die sinds de vorige verkiezingen 18 jaar zijn geworden, benaderen we weer actief. Bijvoorbeeld met een burgemeesterbrief en flyer.



Periode: eind februari tot aan 21 maart 2018
 Organisatie: team Communicatie
 Realisatie: Cycle media
 Budget: € 1.000,--

Vloggen

Een relatief nieuwe vorm van communicatie onder jongeren is vloggen. Een variant op bloggen. Waar een blog een boodschap verpakt in letter, doet een vlog dat in beeld. Vloggen kan een methode zijn om de doelgroep jongeren te bereiken. Maar..., dan moet je het wel goed doen. Een saai, humorloos filmpje is dodelijk. De doelgroep haakt gelijk af en je krijgt ze niet meer terug. Het is de uitdaging om vlogjes te produceren die er toe doen. Grappig, vrolijk en uitdagend. Wanneer we de keuze maken om te gaan vloggen moeten we goed onderzoeken op welke wijze we insteken. Bovendien is het belangrijk om te

onderzoeken wie de boodschap moet brengen. In principe moet dit één persoon zijn, die telkens terugkeert.



Enzo Knol: een bekend vlogger

Periode: maart 2018

Organisatie: team Communicatie

Realisatie: ??

Budget: niet van toepassing

Ludiek

Het beïnvloeden van stemgedrag en het motiveren om te gaan stemmen is een serieuze aangelegenheid. Toch zijn er ook tal van ludieke mogelijkheden om de doelgroep kennis te laten nemen van de nadere verkiezingen. Bijvoorbeeld een authentieke dorpsomroeper die onder het motto ‘zegt het voort, zegt het voort’ op een weekmarkt, in een winkelcentrum of waar dan ook vertelt dat het belangrijk is om te stemmen. Of een prijsvraag voor de beste verkiezingslogan op sociale media.

Periode: maart 2017

Organisatie: projectgroep verkiezingen

Benodigd budget: pm

Verkiezingsavond 21 maart

Het is een goed gebruik om de verkiezingsdag voor de gemeenteraad af te sluiten met een samenzijn in het gemeentehuis. Ondanks het feit dat de einduitslag pas ver na middernacht is te verwachten, is het een avond die in een behoefte voorziet. We gaan bekijken hoe we de avond spannend kunnen maken met bijvoorbeeld uitslagen per stembureau en tussenstanden van het totaalbeeld. Dit vraagt het nodige van ICT, maar er is nog tijd genoeg om dit handen en voeten te geven.

Periode: 21 maart, vanaf 21.00 uur

Organisatie: projectgroep verkiezingen

Budget: € 3.000 (techniek, hapjes, drankjes)

Het keuzemenu

- ☐ **Instellen projectteam verkiezingen**
Geen directe financiële consequenties
- ☐ **Ontwikkelen grafisch stramien als campagnesmoel**
Enmalige ontwikkelingskosten € 1.500
- ☐ **Gemeentepagina**
Geen directe financiële consequenties, zit in reguliere budget
- ☐ **Advertentiecampagne**
Benodigd budget € 6.000
- ☐ **Verkiezingsspecial**
Benodigd budget € 15.000
- ☐ **Medemblik in debat**
Benodigd budget € 3.000
- ☐ **Campagneborden**
Benodigd budget € 2.000
- ☐ **Jongeren**
Benodigd budget € 1.000
- ☐ **Vloggen**
Geen budget nodig
- ☐ **Ludiek**
pm
- ☐ **Verkiezingsavond**
Benodigd budget € 3.000