

Aan

Het presidium

Bijlagen:

Uw contactpersoon

A. Raphet Meeng
STG/COM

06 – 1830 6092

rapheta@noord-holland.nl

**Betreft: voorstel provinciale publiciteitscampagne verkiezingen
2019**

17-09-2018

1|6

Memo

Inleiding

Op 20 maart 2019 vinden de Provinciale Statenverkiezingen plaats. Op 9 april 2018 heeft u ingestemd met een voorstel op hoofdlijnen voor een provinciale campagne over deze verkiezingen en met een budget voor zowel deze campagne als de uitslagenavond. In dit memo wordt u op de hoogte gesteld van de voortgang en worden enkele concrete besluiten aan u voorgelegd.

Voorstel:

Het presidium wordt verzocht:

- kennis te nemen van de stand van zaken van de publiciteitscampagne.
- opdracht te geven aan Prodemos voor een stembulp;
- in te stemmen met de geformuleerde voorstellen;
- in te stemmen met de uitgangspunten voor een social media aanpak;
- in te stemmen met het uitwerken van het format voor een informatief spelprogramma en debatten, verzorgd door RTV NH.

Toelichting

Zoals afgesproken is een ambtelijke werkgroep aan de slag met de uitwerking van de hoofdlijnen. In dit kader heeft de werkgroep onderzoek gedaan naar de mogelijke inzet van verschillende middelen. De werkgroep heeft contacten gelegd met de media RTV NH / AT5 en de Holland Media Combinatie (Noord-Hollandsdagblad/ Haarlemsdagblad). Deze partijen hebben interesse hebben getoond in samenwerking met de provincie. Daarnaast is de werkgroep in overleg met het IPO en ander provincies om landelijke publiciteit voor de campagne uit te werken. Een aantal voorstellen voor de publiciteitscampagne zijn nog in bewerking; deze worden in november aan u voorgelegd.

Hieronder de stand van zaken wat betreft de voorbereiding van de publiciteitscampagne en een voorstel voor het uitwerken hiervan op een aantal onderdelen.

Hoofdpijnen

Op 9 april jl. stemde u in met de volgende hoofdpijnen voor de publiciteitscampagne:

- De nadruk ligt op informeren;
- Het uitgangspunt voor de provinciale onderwerpen die aan de orde komen in de campagne zijn de Omgevingsvisie NH2050 en de kerntaken uit het Kompas 2020 van het IPO;
- De ambtelijke werkgroep creëert podia waar (potentiële) Statenleden hun standpunten en resultaten kenbaar kunnen maken;
- Doelgroepen: Noord-Hollanders (ouder dan 16 jaar) in het algemeen. Debutant-kiezers in het bijzonder.

Een stemwijzer

De werkgroep heeft offertes opgevraagd bij drie aanbieders die recente ervaring hebben met het ontwikkelen van stemhulpen: Prodemos (Stemwijzer), Het Kieskompas en Citisens (MijnStem). Op basis van de offertes ligt een keuze tussen Prodemos en Citisens voor de hand:

- Alle aanbieders hebben veel ervaring met het proces om te komen tot een goede inhoud van de stemwijzer;
- Prodemos en Citisens geven desgevraagd aan dat hun stemhulp geschikt is voor blinden en slechtzienden en voldoet aan de webrichtlijnen. Kieskompas antwoordt niet op deze vraag;
- Kieskompas gaat ook niet in op de vraag of en hoe zij kunnen bijdragen aan een aftrap van de publiciteitscampagne;
- Prodemos en Citisens geven hier de mogelijkheden wel weer;
- De kosten van de drie stemhulpen zijn nagenoeg hetzelfde: Prodemos; € 9.750,-; Kieskompas: € 9.500, Citisens € 9.500,-. (Bij Kieskompas zijn de reiskosten van medewerkers echter niet inclusief);
- Citisens en Prodemos antwoorden uitgebreid op de vraag: 'Op welke wijze zorgen jullie met de stemhulp zelf voor aandacht en content op (social) media?'. Kieskompas gaat hier niet op in.

In de bijlage vindt u een overzicht van de verschillen en overeenkomsten tussen Citisens en Prodemos. Beide aanbieders werken met een accountmanager die het aanspreekpunt is voor de politieke partijen en de griffie tijdens het proces.

Een verschil tussen de aanbieders kan zitten in hun rol bij de totstandkoming van de stellingen van de stemhulp. Zie daarvoor de beschrijving in de bijlage 'Vergelijking stemhulp'.

Citisens heeft een partnership met NU.nl waarmee zij kunnen zorgen voor publiciteit. Prodemos biedt kosteloos zowel een moderator aan voor een bijeenkomst die de aftrap kan zijn van de

publiciteitscampagne, als 5 bijeenkomsten 'ProDemos Schuift aan' voor mensen die geïnteresseerd zijn in politiek.

De werkgroep heeft een voorkeur voor Prodemos vanwege het kosteloze aanbod van een moderator. Daarnaast zijn de ervaringen van de provincie met Prodemos goed. Voorstel: *De werkgroep adviseert u de opdracht te geven aan Prodemos.*

Gezamenlijke aanpak provincies

Voor een gezamenlijke media-aanpak vanuit het IPO hebben de provincies budget beschikbaar gesteld. Vanuit Noord-Holland heeft u hiervoor apart € 15.000 gereserveerd. De provincies werken deze aanpak gezamenlijk uit. De uitgangspunten die hiervoor zijn geformuleerd:

- Er worden social mediakanalen gebruikt. Influencers gaan daar in op de vraag: 'Wat doen de provincies?';
- Het IPO maakt enkele informatieve video's over de taken van de provincies die via social media worden verspreid;
- De provincies kiezen een gezamenlijk, landelijk, moment voor (twitter)debatten;

Noord-Holland sluit hierbij zoveel mogelijk aan met haar eigen acties.

Social media Noord-Holland

Naast de landelijke campagne zet de werkgroep ook vanuit Noord-Holland in op social media. De provincie informeert Noord-Hollanders over provinciale onderwerpen en nodigt hen uit om deel te nemen aan (twitter)debatten aan de hand van de stellingen uit de stemwijzer. Ook richting de volgers van 'Jouw Noord-Holland' (van de Omgevingsvisie). Potentiële Statenleden kunnen hieraan deelnemen en zo zichtbaar zijn. De uitgangspunten voor de social mediacampagne van Noord-Holland zijn:

- Naast de landelijke aanpak zet de provincie in op campagnes via social media en reserveert daarvoor €10.000,-;
- Noord-Holland sluit daarbij zoveel mogelijk aan op de landelijke social mediacampagne vanuit het IPO;
- Noord-Holland gaat op zoek naar een bureau dat een deel van de social mediabenedering rondom de verkiezingen verzorgt;
- De provincie zet in op twitterdebatten aan de hand van de stellingen uit de stembul.

Advertenties in de huis-aan-huisbladen

Voorstel: *De ambtelijke werkgroep stelt u voor om voor woensdag 13 maart 2019 een spread (dubbele pagina) aan te bieden in alle huis-aan-huisbladen in heel Noord-Holland. Daarin komt - net als in 2015 - een programmavergelijking te staan. Dit traditionele middel is vooral op de oudere kiezer gericht. Alle verkiesbare partijen kunnen hierin dezelfde*

ruimte krijgen, om hun verkiezingsprogramma toe te lichten, met een maximaal aantal woorden.

De kosten van deze spread zijn voor 2019 nog onbekend. De huidige prijs is € 57.757,28. De prijzen zullen in 2019 naar verwachting aanzienlijk stijgen. U heeft hiervoor € 65.000,- gereserveerd.

De programmavergelijking wordt ook via de provinciale website beschikbaar gesteld.

De uitslagenavond

Het voorstel is dat op de avond van de verkiezingen in Paviljoen Welgelegen wederom een verkiezingsavond plaatsvindt waar de partijen kennis nemen van de uitslagen en prognoses. Journalisten worden voor deze avond uitgenodigd. Op basis van de kosten van deze avond in 2015 is hiervoor € 25.000 gereserveerd. Daarvan worden de volgende onderdelen bekostigd:

- Het leegruimen van de Statenzaal (het hart van de provinciale democratie);
- Dagvoorzitter;
- Catering;
- Techniek, geluid en doorgeven van de uitslagen aan de provincie door ANP.

Brief aan debutantkiezers

De werkgroep heeft onderzocht of het mogelijk is om namens de cvdK via de gemeenten een brief aan debutantkiezers te sturen. Navraag bij Noord-Hollandse gemeenten leert dat gemeenten in aanloop naar de PS-verkiezingen namens de burgemeester een brief sturen aan jongeren die voor het eerst kiesgerechtigd zijn. Het daarnaast versturen van een brief namens de cvdK heeft dan nauwelijks toegevoegde waarde. *De werkgroep stelt u voor geen brief te sturen aan debutant kiezers namens de cvdK.*

Mobiele stembureaus

Uit contact met het centraal stembureau blijkt dat het mogelijk is om bij de verkiezingen te werken met mobiele stembureaus. Zo reden tijdens de landelijke verkiezingen in 2018 stemtrams en stembussen. Ook kon op bijzondere locaties gestemd worden: 23 MBO-scholen hadden bijvoorbeeld een stembureau. Uit recent onderzoek van de Tilburg University blijkt dat het effect van (meer) stembureaus echter klein is. Daarnaast heeft u aangegeven geen opkomst bevorderende campagne te willen. *De werkgroep stelt u daarom voor niet in te zetten op een lobby voor meer stembureaus.*

Samenwerking met scholen

De werkgroep onderzoekt momenteel of de klassen en scholieren die deelnemen aan het NJR traject (de provinciestrijd) en het provinciespel

bij de communicatie over de verkiezingen op het gebied van social media een rol kunnen spelen.

RTV NH / AT5

De werkgroep heeft gesproken met RTV NH / AT5. Daarbij zijn ideeën van de werkgroep gedeeld. Daaruit is het volgende idee voor een format ontstaan:

Een spelprogramma op tv waarbij duo's tegen elkaar strijden. Zij voeren opdrachten uit die gaan over het werk van de provincie, van politici en de toekomst van Noord-Holland. De vraagstukken die worden opgelost zijn aanleiding voor enkele journalistieke debatten op aansprekende locaties in de provincie. Met politici, Noord-Hollanders en jongeren. Het spel en de debatten worden live uitgezonden op radio of tv en internet.

De werkgroep stelt het presidium voor om dit format met RTV NH uit te werken.

Start van de publiciteitscampagne

Voor de aftrap van de publiciteitscampagne stelt de werkgroep het volgende voor:

De lijsttrekkers van alle partijen geven in 1 minuut de belangrijkste standpunten weer. Zij nemen een jonge en een oudere Noord-Hollandse kiezer mee. Die vullen de stemwijzer in. De lijsttrekkers zelf niet. De totaaluitslag wordt op grote scherm in de Statenzaal getoond. De pers kan daarna zowel met de kiezers als met de lijsttrekkers in gesprek.

Budgetoverzicht publiciteitscampagne verkiezingen

Totaal	€ 165.000
Bijdrage landelijke campagne	€ 15.000
Een stemwijzer	€ 10.000
Programmavergeving in huis-aan-huisbladen (2015)	€ 65.000
Uitslagenavond	€ 25.000
Social media	€ 10.000
Rest	€ 40.000

Kalender verkiezingen

De werkgroep sluit aan bij de onderstaande momenten en mijlpalen om de PS-verkiezingen onder de aandacht te brengen.

- 1 januari 2019: Het provinciespel gaat weer van start
- 7 januari: installatie nieuwe commissaris van de Koning
- 25 januari tot 20 maart 2019: tentoonstelling 100 jaar vrouwenkiesrecht van

- Welke partijen meedoen aan de verkiezingen is duidelijk op 8 februari 2019. Dan beslist het centraal stembureau over de geldigheid van de kandidatenlijsten.
- Stempas valt uiterlijk op 5 maart bij kiezers in de bus. Streven centraal stembureau: tussen 26 en 28 februari
- Stemhulp beschikbaar op ... (nog onbekend)
- 8 maart: penning 100 jaar vrouwenkiesrecht wordt uitgereikt
- 20 maart: verkiezingen