Provincie Noord-Holland

Aan

Presidium

Kopie aan

Uw contactpersoon

J.R. Loggen

AD/STG

Doorkiesnummer 06-51572643

loggenj@noord-holland.nl

4 juni 2019

Betreft: Terugblik verkiezingscampagne 2019

Memo

Inleiding

In aanloop naar en tijdens de Statenverkiezingen op 20 maart 2019 vond de provinciale verkiezingscampagne plaats. Het is gebruik de verkiezingscampagne te evalueren met het oog op mogelijke verbeteringen voor de toekomst.

In dit memo worden de activiteiten beschreven en wordt aangegeven wat de gemaakte kosten zijn. In bijlage 1 zijn de uitgaven meer gespecificeerd.

Voorstel:

- Het presidium wordt verzocht kennis te nemen van de terugblik op de verkiezingscampagne voor de Statenverkiezingen 2019.

Hoofdlijnen campagne

Op 9 april 2018 stemde het presidium in met de volgende hoofdlijnen van 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.

Het presidium maakte een budget vrij van € 150.000,- (gelijk aan de hoogte van de kosten van de campagne en uitslagenavond in 2015). Dit bedrag werd later bijgesteld naar 165.000,-.

Het presidium stemde tevens in met het verzoek van de provinciale griffiers voor een gezamenlijke media-aanpak van de provincies vanuit het Interprovinciaal Overleg en een bijdrage van € 15.000,- hieraan.

(Communicatie-)activiteiten

De communicatiecampagne bevatte de volgende elementen:

Stemwijzer

Het presidium heeft gekozen voor de digitale stemhulp Stemwijzer van ProDemos – Huis voor de democratie en rechtsstaat. De Stemwijzer heeft de meeste bekendheid onder het grote publiek en is door haar eenvoud erg gebruiksvriendelijk. Daarbij leverde ProDemos als enige stemhulp standaard een aparte versie voor visueel gehandicapten.

De stellingen van de Stemwijzer kwamen tot stand in samenwerking met alle deelnemende politieke partijen. Elke partij kon bij iedere afzonderlijke stelling apart aangeven hoe de partij over de bewuste stellingen dacht.

De Stemwijzer stond online van 13 februari tot 20 maart en is in totaal ruim 171.000 keer geraadpleegd. Dit aantal betreft gebruikers die de stemwijzer volledig hebben doorlopen.

Landelijke aftrap StemWijzer in Statenzaal

In samenwerking met ProDemos werd op 13 februari 2019 de landelijke aftrap van de StemWijzer in de Statenzaal georganiseerd. Dit was ook de start van de Noord-Hollandse verkiezingscampagne en de StemWijzer voor Noord-Holland. Onder voorzitterschap van de commissaris van de Koning stelden de deelnemende partijen zich aan elkaar en aan de pers voor. Hierna vulden de partijen de StemWijzer in, die daarmee voor het grote publiek gelanceerd werd. Ook werd tijdens deze aftrap de projectsite Verkiezingen online gezet.
Lijsttrekkers namen een “oude en jonge Noord-Hollander” mee. Deze Noord-Hollandser vulden de zogeheten StickerStemwijzer in; een groot zeildoek met daarop de stellingen uit de StemWijzer. De kiezers liepen langs de doeken en plakten rode (oneens) en groene (eens) stickers bij de stellingen.

De bijeenkomst werd druk bezocht door de pers.

Verkiezingswebsite
Op de provinciale website is een aparte projectsite Verkiezingen toegevoegd. Via een banner op de homepage van de provinciesite was deze projectsite vanaf de start van de verkiezingscampagne rechtstreeks te benaderen.

De projectsite Verkiezingen gaf onder andere informatie over de PS-verkiezingen en het stemmen in het algemeen, over de deelnemende politieke partijen en een directe link naar de Stemwijzer. De projectsite toonde doorlopend alle tweets van Noord-Hollandse lijsttrekkers en politieke partijen met een Twitteraccount.

De projectsite Verkiezingen is zeer goed bezocht. Normaliter is het aantal pageviews voor de gehele website ongeveer 80.000. In de week van de verkiezingen steeg dit aantal spectaculair naar 475.000 pageviews.

Inzet sociale media
In de aanloop naar de verkiezingen is op de website en op de social media kanalen van de provincie verslag gedaan worden van de diverse activiteiten die werden georganiseerd. Daarnaast kregen inwoners op de Facebookpagina Jouw Noord-Holland de kans om mee te praten over 10 stellingen uit de StemWijzer. Deze hadden een totaal bereik van bijna 30.000 mensen. Op de Instagram- en Facebookpagina van de provincie was speciale aandacht voor jongeren door de vlogs te delen die leerlingen van het ROC van Amsterdam en het Clusius College Castricum vmbo maakten, begeleidt door Stichting F6.

Twitter
Vanaf de aftrap van de verkiezingscampagne zijn tientallen tweets verstuurd vanaf het twitteraccount van de provincie.

Ten tijde van de campagne zijn in totaal 72 tweets verstuurd om informatie te verspreiden. Deze tweets zijn veel geretweet waardoor een totaal bereik ontstond van 164.010 weergaven. Koploper betrof de tweet in februari dat Noord-Hollanders over een maand naar de stembus konden (met video over stemmen van ProDemos). Deze tweet had een bereik van 10.276 weergaven.

Verkiezingsshows Kern van de Zaak en RTV NH/AT5;
Met als doel jongeren voor de verkiezingen te stimuleren en hen daarover te informeren is een opdracht gegund aan bureau Kern van de Zaak om twee verkiezingsshows op twee MBO's te organiseren; een show die werd opgenomen op maandag 18 maart op het MBO College

Hilversum (uitgezonden op 19 maart, vanwege het stil leggen van de verkiezingscampagne op 18 maart) en een show op dinsdag 19 maart op het Mediacollege in Amsterdam. De shows van 45 minuten zijn uitgezonden door respectievelijk AT5 en RTV NH.

De deelnemende politici konden deelnemen aan een voorbereidings-bijeenkomst of individueel een telefonische voorbereiding krijgen. Deze bijeenkomst vond plaats op 13 februari in de Statenzaal, na de landelijke aftrap van de Stemwijzer.

Ook hebben leerlingen van het Mediacollege Amsterdam een eigen social media campagne op school gehouden om leerlingen bewust te maken van het feit dat er verkiezingen plaatsvonden op 20 maart.

Bij de verkiezingsshows waren 85 (Hilversum) en 67 (Amsterdam) leerlingen aanwezig. Tijdens de shows gingen jongeren met kandidaat-Statenleden in gesprek over provinciale onderwerpen. Het publiek deed mee met de mobiele telefoon via 'de mentimeter'. De shows waren ook online te volgen. Helaas is het bereik van de verkiezingsshow op 18 maart beperkt, omdat de media-aandacht uit ging naar de aanslagen in Utrecht. De uitzending is verplaatst naar 19 maart en had een bereik van 4.000 kijkers. De uitzending op 19 maart door AT5 werd bekeken door 37.000 kijkers.

Het grote MBO-Provinciale-Staten van Noord-Holland debat 7 maart
Stichting F6 maakte in opdracht van het presidium met de scholieren van het ROC van Amsterdam en het Clusius College Castricum vmbo video's over de provincie en de verkiezingen. Deze video;s werden op 7 maart getoond op het ROC van Amsterdam tijdens 'het grote MBO-Provinciale-Staten van Noord-Holland debat', met ruim 130 mbo-studenten, docenten en (kandidaat) Statenleden. Ook de voorzitter van PS was hierbij aanwezig. Drie keer werd over een stelling gesproken nadat steeds zo'n 6 filmpjes zijn vertoond om de stelling in te leiden.

Video leerlingen ism stichting F6:
https://www.youtube.com/watch?v=WiFSQYN9CWE&list=PLdP9XqevJSMnxwA7eUR6CfiN7H2lyc1Tb

Uitslag landelijke Scholierenverkiezing in Statenzaal 19 maart
De uitslag van de landelijke Scholierenverkiezing zou op 19 maart bekend worden gemaakt in de Statenzaal, in samenwerking met ProDemos. Vanwege de aanslag in Utrecht werd deze bijeenkomst echter 1 dag van te voren afgelast.

Politieke partijen stellen zich voor in h-a-h- bladen 13 maart
Op woensdag 13 maart 2019, een week voor de verkiezingen, heeft in alle huis-aan-huisbladen in Noord-Holland een advertentie gestaan in

de vorm van een spread (twee naast elkaar liggende pagina's in het hart van een krant).

Naast algemene informatie over de verkiezingen en duidelijke doorverwijzingen naar zowel de projectsite Verkiezingen als de Stemwijzer hebben alle deelnemende politieke partijen ruimte gekregen zich voor te stellen en de lezer te informeren over de belangrijkste punten uit de verschillende verkiezingsprogramma's. De partijen hebben deze informatie aangeleverd.

De programmavergelijking is ook via de provinciale website beschikbaar gesteld.

Verkiezingskrant in gemeente Amsterdam
De gemeente Amsterdam heeft voor zijn inwoners een verkiezingskrant gemaakt om de PS-verkiezingen en de waterschapsverkiezingen onder de aandacht te brengen. Drie van de twaalf pagina's van deze krant zijn gevuld door de provincie, waarvan twee pagina's met kandidatenlijsten. P de andere pagina's is een aantal provinciale onderwerpen toegelicht waarbij de link met de Amsterdammer is gelegd. De Amsterdamse verkiezingskrant is huis-aan-huis in de gehele gemeente verspreid.

Promotie in bussen
In 510 bussen van Connexxion in de hele provincie Noord Holland (uitgezonderd de bussen van het GVB van Amsterdam) is op digitale schermen en A3 posters aandacht gegeven aan de verkiezingen, van 11 maart tot 20 maart.

Stembureau in paviljoen Welgelegen
Op de verkiezingsdag fungeerde paviljoen Welgelegen als een van de stembureaus voor de verkiezingen van zowel Provinciale Staten als de Waterschappen.

Verkiezingsavond/-nacht
Op de verkiezingsdag op 20 maart 2019 is een uitslagenavond/-nacht georganiseerd in de Johan Remkeszaal en de 1e verdieping van het Dreefgebouw. Via een livestream met het ANP werden de uitslagen van de Noord-Hollandse gemeenten getoond aan de aanwezigen.

Omdat het presidium besloot niet langer de Statenzaal te gebruiken voor de verkiezingsuitslagenavond maar de Remkeszaal, konden meer mensen worden ontvangen en werden de kosten van het verwijderen van de banken en apparatuur uit de Statenzaal bespaard. Hierdoor kon de reservering voor de verkiezingsavond worden verlaagd van € 25.000,- naar € 15.000,-. Met de vrijkomende middelen is aanvullende

publiciteit over de verkiezingen gefinancierd, namelijk de promotie in de bussen en de verkiezingskrant van Amsterdam.

Uitgaven campagne provincie Noord-Holland

Het presidium besloot in april 2018 dat de inzet van de provincie beperkt moest blijven. Oorspronkelijk stelde het presidium een oriënterend budget van € 150.000,- beschikbaar. Later werd dit budget bijgesteld naar € 165.000,-. De kosten voor de IPO-campagne zijn uiteindelijk betaald door de sector communicatie. De werkelijk gemaakte kosten voor de verkiezingscampagne inclusief de uitslagenavond zijn mede daardoor lager uitgevallen.

Bijlage 1.

Kosten verkiezingscampagne en verkiezingenuitslagavond 2019		
Reclame		
Huis-aan-Huis bladen gemeente Amsterdam	2.380,25	
ABOVO Huis aan huis bladen rest Noord-Holland	52.992,67	
Busreclame OVMedia	5.250,00	
subtotaal		60.622,92
Jongeren betrekken		
Verkiezingsshows van Kern van de Zaak	9.870,00	
Kosten Apollo Verhuizingen (stemhokjes)	85,7	
kosten Live uitzending verkiezingsshows door RTV NH/NH Media	29.992,20	
subtotaal		39.947,90
Stichting F6 (Channel 6 en MBO-debat)	12.810,00	
Social media (februari 2019)	468,08	
Social media (maart 2019)	2002,07	
subtotaal		13.278,08
Stemwijzer en landelijke lancering op 13 februari		
Stemwijzer ontwikkelen	9.750,00	
cateringkosten door Eurest	1193,03	
subtotaal		10.943,03
kosten verkiezingsavond		
ANP Livestreaming 20 maart (schakelen met ANP en zaal)	4000	
Catering verkiezingsavond	12.748,07	
Catering voor stembureau en medewerkers	1.437,39	
Spreekstalmeester	773,56	
Audiovisueel/podium/techniek	3.417,10	

subtotaal	22376,12
totaal	147168,05