

Aan de Gemeenteraad

Raadsgriffie

Raadhuislaan 2, Oss

Telefoon 14 0412

Fax [0412] 64 26 05

E-mail gemeente@oss.nl

www.oss.nl

Postbus 5

5340 BA Oss

Wilt u bij uw reactie de
datum van deze brief en
ons kenmerk vermelden?

Datum	Ons kenmerk	Behandeld door	Doorkiesnummer
12 oktober 2016			
Onderwerp			Aantal bijlagen
Aanbieden actieplan opkomst gemeenteraadsverkiezingen			3

Geachte leden van de Gemeenteraad,

Hierbij biedt de Raadswerkgroep Opkomst Verkiezingen het Actieplan opkomst gemeenteraadsverkiezingen aan. De raadswerkgroep geeft hiermee invulling aan de motie Opkomst Verkiezingen die de Gemeenteraad op 18 december 2014 aannam. Die motie roept de politieke partijen op om in samenspraak tot een actieplan te komen op basis van beschikbaar wetenschappelijk onderzoek, en daarvoor een werkgroep in te stellen. De reden is dat 58,7 % van de kiesgerechtigde inwoners van Oss geen gebruik maakte van het stemrecht tijdens de gemeenteraadsverkiezingen van november 2014.

Totstandkoming van het actieplan

De raadswerkgroep startte met het bestuderen van wetenschappelijk onderzoek. De meest bruikbare informatie was te vinden in een onderzoek naar opkomstbevordering dat uitgevoerd is in Almere. De resultaten van dat onderzoek zijn gebruikt bij de uitwerking van de actiepunten.

De raadswerkgroep heeft vervolgens een creatieve sessie georganiseerd op 5 juli 2016. Tijdens deze creatieve sessie zijn er ideeën opgehaald bij bezoekers in het Osse centrum en enkele kernen. De centrale vraag was: Hoe wordt de verkiezingsopkomst in Oss de hoogste van Brabant? Dit leverde een groot aantal ideeën op. Alle ideeën zijn vervolgens voorzien van stickers waarmee de deelnemers aan de creatieve sessie hun voorkeur konden aangeven. En

op basis daarvan zijn er 6 actiepunten benoemd voor het actieplan. Tijdens de sessie werd voor een aantal actiepunten al een aanzet gegeven tot nadere uitwerking. Ook die informatie leest u in het actieplan.

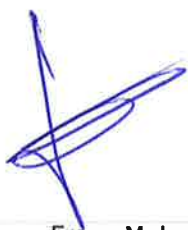
Voorstel voor verdere behandeling

Het actieplan richt zich niet alleen op de acties waarbij de gemeenteraad zelf aan zet is. Er wordt ook een appél gedaan op de politieke partijen, met name op het terrein van zichtbaarheid en geloofwaardigheid. De raadswerkgroep roept de politieke partijen op om hier zelf actief mee aan de slag te gaan en daarbij te kijken naar alle ideeën die hierover zijn opgehaald.

De raadswerkgroep stelt voor om het Actieplan opkomstbevordering gemeenteraadsverkiezingen naar het college te sturen voor een reactie en vervolgens via de Agendacommissie te agenderen voor een bespreking in de Adviescommissie Sociaal Bestuurlijk en besluitvorming in de gemeenteraad in januari/februari 2017. De raad geeft in zijn besluit de opdracht aan het college om het actieplan een plek te geven in de Kadernota 2018 zodat op dat moment een integrale afweging gemaakt kan worden over de uitvoering.

De Raadswerkgroep Opkomst Verkiezingen heeft hiermee haar opdracht vervuld.

Namens de Raadswerkgroep Opkomst Verkiezingen,



Frans Molenkamp

Actieplan opkomstbevordering gemeenteraadsverkiezingen

Van: Raadswerkgroep Opkomst Verkiezingen
Aan: Gemeenteraad
Datum: 12 oktober 2016
Bijlagen:

- Opbrengst creatieve sessie op 5 juli 2016 in Oss (overzicht van alle opgehaalde ideeën);
- Matrix acties en actoren

Aanleiding

Op 18 december 2014 nam de Gemeenteraad de motie Opkomst Verkiezingen aan. Die motie roept de politieke partijen op om in samenspraak tot een actieplan te komen op basis van beschikbaar wetenschappelijk onderzoek, en daarvoor een werkgroep in te stellen. De reden is dat 58,7 % van de kiesgerechtigde inwoners van Oss geen gebruik maakte van het stemrecht tijdens de gemeenteraadsverkiezingen van november 2014.

De Raadswerkgroep Opkomst Verkiezingen werd vervolgens samengesteld uit raads- en burgerleden, steunfractieleden, een medewerker van de afdeling bestuurszaken en griffiemedewerkers. Na bestudering van wetenschappelijk onderzoek en het ophalen van ideeën uit de Osse samenleving levert de raadswerkgroep met dit voorstel haar actieplan op.

Beoogd resultaat

Met de uitvoering van de opkomst bevorderende acties uit dit actieplan beoogt de raadswerkgroep om de hoogste verkiezingsopkomst van Brabant te hebben tijdens de komende gemeenteraadsverkiezingen op 21 maart 2018.

Ter indicatie: In 2014 was de hoogste opkomst die van Aalburg met 67,7%. Om die opkomst te evenaren zullen er naast het huidige aantal Osse stemmers (29.000) ongeveer 19.000 extra mensen hun stem in Oss moeten uitbrengen.

Ter vergelijking: In 2014 scoorde Den Bosch een opkomst van 40,4%, Bergen op Zoom 48,8 %, Eindhoven 44,9%, Breda 47,9% en Tilburg 44%.

De gemiddelde opkomst in Noord-Brabant was in maart 2014 50,2%.

De totstandkoming van het actieplan

De raadswerkgroep is gestart met het bestuderen van wetenschappelijk onderzoek. De meest bruikbare informatie was te vinden in een onderzoek naar opkomstbevordering dat uitgevoerd is in Almere. De resultaten van dat onderzoek zijn gebruikt bij de uitwerking van de actiepunten.

De raadswerkgroep heeft vervolgens een creatieve sessie georganiseerd op 5 juli 2016. Tijdens deze creatieve sessie zijn er ideeën opgehaald bij bezoekers in het Osse centrum en enkele kernen. De centrale vraag was: Hoe wordt de verkiezingsopkomst in Oss de hoogste van Brabant? Dit leverde een groot aantal ideeën op. Alle ideeën zijn vervolgens voorzien van stickers waarmee de deelnemers aan de creatieve sessie hun voorkeur konden aangeven. En op basis daarvan zijn er 6

actiepunten benoemd voor het actieplan. Tijdens de sessie werd voor een aantal actiepunten al een mogelijk idee iets verder uitgewerkt.

In het actieplan staat telkens per onderdeel het volgende beschreven:

- De opbrengst vanuit de creatieve sessie (actiepunt met een eerste idee tot uitwerking);
- Cijfers uit het rapport van Almere over het mogelijke effect op de opkomst van vergelijkbare actiepunten met de belangrijkste initiatiefnemers om dat effect te behalen;
- Mogelijke uitwerkingsrichting van het actiepunt vanuit de gemeente met een indicatie van de kosten.

Belangrijk om te vermelden is dat de genoemde effecten op de opkomst afhankelijk zijn van de acties van meerdere initiatiefnemers. Bij bepaalde actiepunten zal de nadruk liggen op de inzet van de gemeente, terwijl bij andere actiepunten juist de politieke partijen aan zet zijn. De politieke partijen zullen dus nadrukkelijk ook zelf invulling moeten geven aan dit actieplan om het beoogde resultaat te kunnen behalen.

Actieplan

Opbrengst creatieve sessie

1. Meer en meer zichtbare stemlokalen op slimmere locaties

Idee vanuit de creatieve sessie

Om deze actie te realiseren dienen allereerst de mogelijke locaties in kaart te worden gebracht. Denk aan locaties bij scholen, buurthuizen, ouderencentra, supermarkten, sportclubs, centrum, mobiele stemlokalen etc. Betrek hierbij de wijk- en dorpsraden en betrokken inwoners.

Wie onderneemt actie en wat is het effect?

Initiatiefnemer voor dit onderwerp: gemeente

Mogelijk effect op het opkomstcijfer: 2-5% (= 1400 – 3500 stemmers)

Mogelijke uitwerkingsrichting voor de gemeente

Om daadwerkelijk effect te hebben op het opkomstcijfer dienen er relatief veel extra stemlokalen te worden ingericht. Dit kan bijvoorbeeld een verdubbeling van het aantal stemlokalen (nu zijn dat er 37) betekenen in combinatie met het kiezen van de juiste locaties.

Indicatie van de kosten: € 40.000,--

Opbrengst creatieve sessie

2. Maak optimaal gebruik van – moderne – media

- **Gebruik moderne media om inwoners te motiveren te gaan stemmen**
- **Laat zien wat er te kiezen valt! bijvoorbeeld door een Stemwijzer**
- **Digitaal stemmen mogelijk maken**

Idee vanuit de creatieve sessie

Er werd een aanzienlijk aantal ideeën opgehaald die betrekking hebben op het gebruik van met name moderne media (Facebook, YouTube, DTV).

Laat zien wat er te kiezen valt door een stemwijzer-app in te zetten. Stuur een notificatie op de dag van de verkiezingen. Er is voorafgaand wel een campagne nodig. Partners: Prodemos/ Kieskompas.

Het digitaal stemmen mogelijk maken kan de gemeente Oss niet formeel regelen. Hierover moet men in Den Haag beslissen. Maar de gemeente kan wel de VNG benaderen, een lobby starten via Den Haag, overleg plegen met de Minister van Binnenlandse Zaken. Belangrijk om te weten is wat de huidige stand van de techniek is.

Wie onderneemt actie en wat is het effect?

- Gebruik moderne media om inwoners te motiveren te gaan stemmen

Initiatiefnemers: politieke partijen, gemeente

Mogelijk effect op het opkomstcijfer: 0,5 – 8% (= 350 – 5700 stemmers)

NB: direct mail door politieke partijen kan veel effect opleveren

- Laat zien wat er te kiezen valt! Bijvoorbeeld door een Stemwijzer

Initiatiefnemers: politieke partijen, gemeente

Mogelijk effect op het opkomstcijfer: 2-13% (voor gebruik stemhulp) (= 1400 – 9200 stemmers)

NB: het benadrukken van partijverschillen, los van een stemhulp, heeft volgens het onderzoek in Almere een groot effect.

-Digitaal stemmen mogelijk maken

Initiatiefnemers: Rijk, gemeente, politieke partijen

Mogelijk effect op het opkomstcijfer: 5% (= 3500 stemmers)

Mogelijke uitwerkingsrichting voor de gemeente

- Gebruik moderne media om inwoners te motiveren te gaan stemmen

Denk hierbij bijvoorbeeld aan een Facebookcampagne waarbij je als gemeente een facebookpagina maakt en in de weken voorafgaand aan de verkiezingen posts plaatst op de tijdlijn van je doelgroep.

Indicatie van de kosten: € 1.000,-- - € 5.000,--

- Laat zien wat er te kiezen valt! bijvoorbeeld door een Stemwijzer

Een Stemwijzer is al eerder ingezet. Advies: denk vooraf vooral goed na over de stellingen zodat ook daadwerkelijk te zien is wat er te kiezen valt.

Indicatie van de kosten: € 5.000,--

- Digitaal stemmen mogelijk maken

De gemeente kan de VNG hierover benaderen.

Indicatie van de kosten: € 0,--

Opbrengst creatieve sessie

3. Organiseer verkiezingsfeest, festival of bijeenkomsten waar je kunt stemmen

Idee vanuit de creatieve sessie

Verkiezingsfestival 1

Organiseer een evenement zoals bijvoorbeeld het vrijheidsfestival. Je krijgt toegang tot het festival via je stembiljet. Er is zowel entertainment als debat. Met verschillende soorten entertainment (klassiek, pop, house) trek je ook verschillende doelgroepen. Een stemlokaal is aanwezig. Mensen worden beloond voor het stemmen door toegang te verlenen tot de AfterParty.

Verkiezingsfestival 2

Organiseer een festival met 7 podia verspreid over de kernen Lith, Oss, Geffen, Berghem, Ravenstein, Herpen en Megen. Debatten van een half uur per podium (het duurt 4 uur in totaal).

*Consumptiebonnen verstrekken door de plaatselijke horeca. Er is een stembureau aanwezig.
Voorbeeld: "Foodfestival".*

Wie onderneemt actie en wat is het effect?

Initiatiefnemers: gemeente, politieke partijen

Mogelijk effect op het opkomstcijfer: 6% (= 4300 stemmers)

Mogelijke uitwerkingsrichting voor de gemeente

Als uitgangspunt kun je kiezen voor een festival op een centrale locatie. Het moet aantrekkelijk zijn voor je doelgroep. Entertainment hoort daarbij. Een stemlokaal is aanwezig. Je stempas is je toegangsbewijs. Consequentie van meerdere locaties is dat de kosten evenredig toenemen.

Indicatie van de kosten: €20.000 - €35.000 (uitgaande van 1 locatie) en oplopend tot meer dan € 100.000,-- (uitgaande van 7 locaties).

Opbrengst creatieve sessie

4. Beloon mensen die hebben gestemd

Idee vanuit de creatieve sessie

Er zijn verschillende soorten van beloningen. Je kunt kiezen voor een gadget, kortingsbon, consumptiebon, maar je kunt ook denken aan een beloning in de vorm van een project wat wordt uitgevoerd. Dit laatste heeft de voorkeur.

Hoe werkt dat dan?

Heb je gestemd? Dan krijg je een extra stemformulier. Met dat extra formulier kun je een stem uitbrengen op een project in jouw wijk of dorp. Vooraf hebben wijken en dorpen ieder 2 of 3 projecten ingediend. Wanneer de verkiezingsopkomst in jouw wijk of dorp 60% is of hoger, dan gaat het project dat is gekozen door. Daar is budget voor vrijgemaakt.

Het is dus de bedoeling dat de wijk- en dorpsraden, scholen, verenigingen etc. het stemmen promoten en reclame daarvoor maken. Zij hebben daar belang bij. Zo maak je een verbinding tussen de verkiezingsopkomst en de doe-democratie.

Wie onderneemt actie en wat is het effect?

Initiatiefnemers: gemeente, politieke partijen

Mogelijk effect op het opkomstcijfer: onbekend

Mogelijke uitwerkingsrichting voor de gemeente

Je kunt een verbinding maken tussen de verkiezingsopkomst en een beloning voor de wijk of het dorp. Wanneer het vooraf vastgestelde opkomstpercentage voor de betrokken wijk wordt gehaald, dan wordt er een project uitgevoerd voor de wijk. Er dient voldoende aandacht te zijn voor een goede organisatie en communicatie.

Indicatie van de kosten: € 40.000,--

Opbrengst creatieve sessie

5. Scholen/onderwijs inzetten

Idee vanuit de creatieve sessie

Biedt op basisscholen projecten aan zoals Democracy en Jeugdgemeenteraad van Prodemos. Op voortgezet onderwijs uitleg geven over de werking van de politiek. De gemeente kan dit samen met de Raadsgriffie organiseren. De uitvoering gebeurt door raads- burger- en collegeleden. Je kunt hiermee door het jaar heen aan de slag. Elke school dient in elk geval 1x per jaar hieraan aandacht te schenken. In de aanloop naar de verkiezingen kan er extra aandacht op scholen gevraagd en gegeven worden over de verkiezingen.

Wie onderneemt actie en wat is het effect?

Initiatiefnemers: gemeente, politieke partijen

Mogelijk effect op het opkomstcijfer: 3% (= 2100 stemmers)

Mogelijke uitwerkingsrichting voor de gemeente

De projecten Democracy en Jeugdgemeenteraad worden al uitgevoerd. Voorafgaand aan de verkiezingen in 2018 kan worden deelgenomen aan gerichte projecten. Prodemos biedt een aantal van die projecten gratis aan (bijvoorbeeld: scholierenverkiezingen en gastlessen). Verder wordt er nog een project ontwikkeld voor de 'first time voters'.

Indicatie van de kosten: budget voor Democracy/Jeugdgemeenteraad staat al in de begroting. Extra kosten: pm

Opbrengst creatieve sessie

6. Laat als politiek zien dat je doet wat je zegt en ga wat vaker de straat op

Idee vanuit de creatieve sessie

Opmerkelijk was dat vaak door verschillende inwoners werd aangegeven dat de politiek zijn beloften moet nakomen. De politiek/de gemeente zou moeten laten zien of die beloften ook nagekomen zijn.

Wie onderneemt actie en wat is het effect?

Initiatiefnemers: politieke partijen, gemeente

Mogelijk effect op het opkomstcijfer: 0,5 – 7% (= 350 – 5000 stemmers)

NB: de nadruk zal bij dit actiepunt liggen bij de acties door politieke partijen.

Mogelijke uitwerkingsrichting voor de gemeente

Je zou als gemeente kunnen rapporteren over de concrete resultaten die zijn behaald ten aanzien van de verkiezingsthema's.

Indicatie van de kosten: pm

Opbrengst creatieve sessie op 5 juli 2016 in Oss

Hieronder staan alle ingebrachte ideeën om de verkiezingsopkomst bij de gemeenteraadsverkiezingen in Oss de hoogste van Brabant te laten worden. De ideeën zijn gerubriceerd (onderwerpen die bij meerdere items thuishoren zijn bij beide items geplaatst). Het cijfer achter het idee geeft aan hoeveel keer er tijdens de creatieve middagsessie op 5 juli een voorkeursticker is geplakt bij het betreffende idee. Tussen haakjes staat aangegeven hoe vaak het betreffende item door de Osse burger is genoemd tijdens het ophalen van de ideeën in de ochtend. Per rubriek is een centrale boodschap geformuleerd. Tenslotte is aangegeven wat het effect kan zijn op het opkomstcijfer op basis van een wetenschappelijk onderzoek naar opkomstbevordering in Almere.

Stembureau's

- Slimmere stemlocaties en meer locaties (bijv bij basisscholen)(2)
- (Veel) meer stembureaus 1 (2)
- Stemlokalen bij (alle) scholen 2 (2)
- Stemlokalen op zichtbare plekken voor de jeugd
- Beter zichtbare stemlokalen bijvoorbeeld midden in het winkelcentrum, stad, supermarkt, daar waar mensen toch naar toe komen
- Ambulant stembureau rijdt langs de deur door de straten 2
- Slimmere locaties stembureau 3
- Meer stembureaus op strategische plekken. Duidelijk aangeven waar 't stembureau is. Je kunt er op verkiezingsdag niet aan ontkomen dat je weet dat je kunt stemmen 1
- Stembus bij bijvoorbeeld Muze Misse
- Stemhokje op station, markt, centrum of bij scholen.
- Veel meer stembureaus. Ook weer in de bejaardenhuizen.
- Meer stembureaus en grote borden plaatsen. Banners bij de stembureaus.
- Afstand naar het stemlokaal is te ver, maak dat wat korter en makkelijk toegankelijk (2)
- Ruimere openingstijden stembureaus

Boodschap:

Meer en meer zichtbare stemlokalen op slimmere locaties

Mogelijk effect op het opkomstcijfer: 2-5%

Digitaal stemmen

- Stemmen via een app 5 (4)
- Digitaal stemmen voor de toegankelijkheid van de werkende jeugd 1
- Online stemmen mogelijk maken 7
- Jongeren hebben geen interesse. Maak het hen gemakkelijk 1
- Internet stemmen 2
- Digitaal stemmen bijvoorbeeld via digid 6
- Stemmen via Facebook.

Boodschap:

Digitaal stemmen mogelijk maken

Mogelijk effect op het opkomstcijfer: 5%

Festival/evenement organiseren

- Festival en consumptiebonnen als je stemt 3
- Festival met stembiljet als toegangkaart (muze misse sfeer) 1
- Verkiezingsfeest of festival 8 (5)
- Zet een apenkooi in het centrum met een stemhokje erbij
- Bijeenkomsten op verkiezingsdag waarbij je kunt stemmen

Boodschap:

Organiseer verkiezingsfeest, festival of bijeenkomsten waar je kunt stemmen

Mogelijk effect op het opkomstcijfer: 6%

Beloning voor als je gaat stemmen

- Iets winnen als je stemt 4
- Osse trotse als je stemt
- Facebookactie like-deel-win, mét inhoudelijke boodschap. En er is iets te winnen bijvoorbeeld waardebon
- Als je stemt dan krijg je een beloning (drankje, tegoedbon oid) (2)
- De kinderen van ouders die gaan stemmen een presentje geven of met loterij mee laten doen
- Mensen die komen stemmen iets geven: gadget.
- Kortingsbon: 10% korting in winkel naar keuze als je hebt gestemd

Boodschap:

Beloon mensen die hebben gestemd

Mogelijk effect op het opkomstcijfer: onbekend

Scholen betrekken

- Zet scholen in: kinderraad, kinderkabinet. Bijvoorbeeld Sterrebosschool 5
- Breng belang van de gemeentepolitiek weer terug op scholen van het voortgezet onderwijs in een vak wat iedereen tot het eindexamen moet volgen
- Besteed er aandacht aan op school 2
- Betrek scholen
- Laat kinderen een filmpje maken op Facebook 1
- Meer lessen in democratie op school
- Alle leerlingen een brief mee naar huis geven waarin staat dat de ouders morgen kunnen stemmen op school. En als ze gaan stemmen krijgt iedereen iets leuks (kiezen: kleurplaat, tekenboekje, pen, potlood oid)

Boodschap:

Betrek scholen bij de verkiezingen

Mogelijk effect op het opkomstcijfer: 3%

Publiciteit, nieuwe media

- Publicatieborden (slogan met inhoud)
- Duidelijk aangeven waar 't stembureau is. Je kunt er op verkiezingsdag niet aan ontkomen dat je weet dat je kunt stemmen 1
- Social media/ Facebook meer gebruiken. Je moet opvallen 3
- Laat kinderen een filmpje maken op Facebook 1
- Facebook met filmpjes 2
- Meer media aandacht. Ook op dorps- en kernniveau
- Verbeter de website van de gemeente en de websites van de politieke partijen
- Eenvoudige info vooraf via een bijlage bij je stembiljet. Geen hele verhalen
- Betere communicatie met nieuwe communicatievormen 3
- Stuur een mail vanuit de gemeente. Gebruik de adressen die je als gemeente mag gebruiken. Denk aan leden kerngroep, wijkgroep, parochies, scholen, zorg, jongeren etc. 3
- Meer op Facebook
- Alle politieke partijen zetten een filmpje op DTV 1
- Focus op het positieve. Voer local heroes op 1
- Voer als gemeente campagne om bij mensen op te halen wat ze anders willen in Oss. Haal enthousiaste dingen erbij om commitment te creëren.
- Per wijk/dorp voorbeelden waarom mensen moeten gaan stemmen en in elk medium publiceren
- Laat mensen regelmatig voorbeelden zien wat de gemeenteraad heeft bereikt voor burgers in hun directe omgeving
- Zorg voor één helder toegankelijk informatiekanaal. 5
- Wekelijkse publicaties van politieke thema's, raadsthema's. Wat doet de raad?
- Banners plaatsen, zoals: we gaan weer naar school
- Grotere en meer verkiezingsborden plaatsen. Niet netjes, maar liever een plakoorlog. Dat maakt stemmers los. Commotie = aandacht
- Wekelijkse column
- Geluidswagens door de gemeente laten rijden met de boodschap: ga stemmen!
- Maak een Osse app.
- Meer verkiezingsborden op drukkerie plekken.
- Flyers
- Huis-aan- huisfolder
- Verkiezingsposters en -borden
- Aankondiging verkiezingen in wijkcentra, sportclubs
- Op landelijke tv meer aandacht voor raadsverkiezingen
- Alle ambtenaren krijgen vrije dag. Zij gaan dan in heel Oss aanbellen: 'hebt u al gestemd vandaag? Doen!'
- Filmpjes waarbij je in eerste instantie niet ziet dat het over politiek gaat.
- Meer stembureau's en grote borden plaatsen. Banners bij de stembureau's.
- Vrij affiches plakken. Plakoorlog.

- Wijs mensen op hun verantwoordelijkheid om te stemmen

Boodschap:

Gebruik (nieuwe) media om inwoners te motiveren te gaan stemmen

Mogelijk effect op het opkomstcijfer: 0,5 – 8%

Wat valt er te kiezen?

- Zet jeugdonderwerpen op je verkiezingsprogramma
- Verstrek informatie over wat er te kiezen valt: stemwijzer.
- Stemwijzer met korte en duidelijke info per partij 3
- Er mag minder te kiezen zijn maar wel duidelijk 3
- Kom met hot item zodat mensen geprikkeld worden om te gaan stemmen. Gebruik tegenstellingen. 1
- Maak eenvoudige programma's. Geef meer de verschillen aan en meer de lokale thema's
- In een campagne moet er een lokaal thema spelen. Wat betekent het als ik op je stem? 2
- Duidelijke korte partijprogramma's. Geen lappen tekst 3
- Per wijk/dorp voorbeelden waarom mensen moeten gaan stemmen en in elk medium publiceren
- Uitersten tussen partijen benadrukken
- Spotjes op TV met inhoud verkiezingsprogramma's
- Stemwijzer
- Geef informatie schriftelijk met plaatjes. Verduidelijk je programma met plaatjes.
- Zet in je verkiezingsprogramma dat er een leuke uitgaansgelegenheid komt. Dan trek je de jongeren naar de stembus.
- Er zouden maar 2 partijen moeten zijn.
- Stemmen op een onderwerp. Zoek een goed item, bijvoorbeeld: wil je meer evenementen kies dan voor partij x of y.
- Duidelijke info over standpunten
- Een-op-een debat op dtv van alle lijsttrekkers
- Meer DTV gebruiken. Niet alleen geroep maar bijvoorbeeld foto's van de lijsttrekkers met 3 zinnen tekst waarvoor hij/zij staat.

Boodschap:

Laat kort en duidelijk zien en horen wat er te kiezen is

Mogelijk effect op het opkomstcijfer: groot

Zichtbaarheid politiek

- Zorg voor zichtbaarheid politieke partijen. Niet alleen bij de verkiezingen.
- Met de raad de straat op en op locatie ideeën ophalen 3
- Politieke partijen moeten niet alleen bij de verkiezingen maar ook tijdens hun zittingsperiode contact zoeken met de bewoners én niet afwachten tot hoorzittingen. Zoek de wijken en dorpen op en de evenementen. 2
- Kom als raad bij de mensen thuis 2

- Alle politieke partijen zetten een filmpje op DTV 1
- Ga vaker de straat op. Laat je zien 2
- Houd commissievergaderingen op de plek waar het over gaat (bijv centrum in centrum) 3
- Laat mensen regelmatig voorbeelden zien wat de gemeenteraad heeft bereikt voor burgers in hun directe omgeving
- Elk kwartaal/maand de dag van de politiek organiseren. Voorbeelden stellen en aanpakken. Laat zien wat de raad doet en ben concreet.
- Wekelijkse publicaties van politieke thema's, raadsthema's. Wat doet de raad?
- Kom beloften na, dat geeft vertrouwen! Rapporteer op de verkiezingsthema's 6

Boodschap:

Laat als politiek zien dat je doet wat je zegt en ga wat vaker de straat op

Mogelijk effect op het opkomstcijfer: 0,5 – 7 %

Andere zaken

- Plannen dat de gemeenteraadsverkiezingen samen vallen met de landelijke verkiezingen (4)
- Stemmen in het weekend.
- Concrete zaken uitvoeren. Bijvoorbeeld aanleg kunstgras en dan niet alleen in Oss.
- Stemmen verplicht stellen
- Kinderen weer mee het stemhokje in laten gaan
- Wedstrijd per buurt of straat voor hoogste opkomst (foto maken)
- Wedstrijd met stemfies

Boodschap:

Gemeenteraadsverkiezingen Oss graag op dezelfde dag als landelijke verkiezingen

Mogelijk effect op het opkomstcijfer: onbekend

Matrix 'Acties en Actoren'

Wie moet in actie komen bij de uitwerking van de opgehaalde opkomst bevorderende ideeën?

Opkomst bevorderende acties/ Wie?	Politieke Partijen	Rijk	Gemeente	Anderen
Institutionele acties		Kiezen beperkt tot 2 partijen		
Politieke acties	Partijverschillen benadrukken			
	Folders/flyers (brievenbus)			
	Eenvoudige en duidelijke programma's			
	Rapporteer over de verkiezingsthema's			
Marketing acties	Verkiezingsfestival		Verkiezingsfestival of ander evenement of bijeenkomst waar je kunt stemmen	Scholen hebben aandacht voor de politiek/democratie in de klas
	Stemhulp		Stemhulp	Kinderen zetten filmpjes op Facebook
	Standpunten duidelijker maken en relevante onderwerpen noemen		Verkiezingsborden (groter en meer op drukke plaatsen)	Media besteden aandacht aan verkiezingen
	Radio en TV-spotjes		Direct-mail	
	Ga vaker de straat op		Ambtenaren langs de deuren om mensen naar de stembus te bewegen	
	Lessen in democratie op scholen		Stemmen belonen met iets tastbaars	
	Posters met inhoud		Scholen betrekken	
	Gebruik nieuwe media		Gebruik nieuwe media, Osse app	
	Local heroes opvoeren		Laat zien wat de raad doet en ben concreet	
	Maak duidelijk waarom mensen moeten gaan stemmen met lokale voorbeelden/wijk-gericht		Banners plaatsen met oproep om te gaan stemmen	
	Laat zien wat de partij heeft bereikt in de eigen omgeving		Geluidswagen met oproep om te gaan stemmen	
	Noem concrete plaatselijke onderwerpen in je verkiezings-programma		Flyers, folders, posters	
	Noem actueel onderwerp dat mensen prikkelt		Filmpjes	
	Deelname aan debat		Met de raad de straat op om op locatie ideeën op te halen	

Organisatorische acties

Goede websites inrichten	Digitaal stemmen	Meer en meer zichtbare stemlokalen op slimmere locaties	Wedstrijd organiseren met stemfies
Gebruik DTV	Stemmen in het weekend	Inzet ambulant stembureau	Debat organiseren (pers, maatschappelijke organisaties)
	Ruimere openstellingstijden stemlokalen	Bijlage bij stembiljet met eenvoudige info	
	Herindelings-verkiezingen tegelijk met landelijke	Eén helder informatiekanaal	
	Stemmen verplicht stellen	Debat organiseren	
	Kinderen meenemen in stemhokje mag weer	Info via DTV	
		Vergaderen op locatie	
		Organiseer wedstrijd per buurt of straat voor hoogste opkomst	