

Notitie Presidium

RAADSGRIFFIER

aan Presidium

van Etienne Franken

onderwerp Notitie Presidium

ons kenmerk
team RBRGRR
steller A.F.J. Franken
telefoonnummer +31 77 2079296
contact e.franken@venlo.nl
datum 4 september 2025

Inleiding

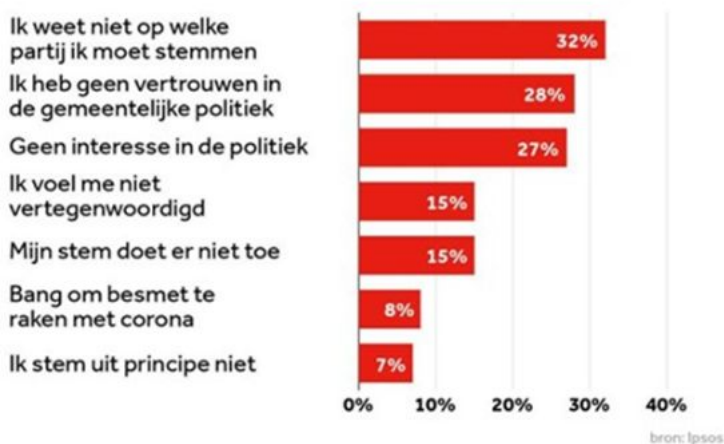
Het opkomstpercentage bij de gemeenteraadsverkiezingen in Venlo ligt lager dan het landelijk gemiddelde. De laatste twee lokale verkiezingen behaalde Venlo een opkomstpercentage van 49,1 % versus 54,5% landelijk in 2018 en in 2022 respectievelijk 44,9% lokaal versus 50,9% landelijk. Deze lage opkomst sluit bij de landelijke trend van verminderde opkomst bij verkiezingen. De grootte van de gemeente en demografische kenmerken zoals, leeftijdsopbouw, opleidingsniveau, en het aandeel niet westerse allochtonen onder de bevolking, beïnvloeden de opkomst sterk (Van Ostaijen et al., 2016). Het presidium heeft de griffie gevraagd om te bezien of er instrumenten zijn die ingezet kunnen worden om het opkomstpercentage te verhogen. In dit voorstel treft u maatregelen aan die de griffie, in samenwerking met de ambtelijke organisatie, in wil zetten om de opkomst te bevorderen. Daarnaast kunt u natuurlijk zelf als fracties initiatieven ontplooiën om de verkiezingen actief onder de aandacht te brengen.

Oorzaken lage opkomst

Uit enquêtes met (niet)-stemmers blijkt dat diverse (soms samenhangende) factoren een rol spelen bij de keuze om thuis te blijven. Naast praktische overwegingen (geen tijd, op vakantie, ziek), vinden niet-stemmers het gemeentebestuur minder van belang, hebben ze minder lokale betrokkenheid (minder lokale binding, lokale politieke interesse, kennis genomen van de campagne) en minder politiek vertrouwen. Dat lage vertrouwen in de politiek, gaat niet alleen over de lokale politiek, maar ook over 'de politiek' in het algemeen (Vollaard et al., 2022). Uit landelijk onderzoek van Ipsos naar aanleiding van de opkomst bij de laatste gemeenteraadsverkiezingen in 2022 blijkt de nummer één reden van mensen om niet te gaan stemmen dat men niet weet waar men op moet stemmen. De overige hoofdredenen voor inwoners om niet te gaan stemmen betreffen met name structurele redenen die moeilijk te beïnvloeden zijn op de korte termijn. Het gaat daarbij om vertrouwen en interesse in de politiek en het gevoel niet vertegenwoordigd te zijn.

Niet-stemmers

Wat waren de belangrijkste redenen om niet te stemmen?



Figuur 1. redenen om niet te gaan stemmen behoudens praktische redenen

Het is de vraag of incidentele acties die oorzaken van het niet stemmen tegen gaan. Zo zal een reclamecampagne voorafgaand aan de verkiezingen het vertrouwen in de politiek niet direct verbeteren. Bijkomende moeilijkheid van de inzet van opkomst bevorderende maatregelen is dat het effect ervan moeilijk vast te stellen is. Externe factoren zoals het weer op de verkiezingsdag hebben bovendien een grotere invloed op de opkomst dan allerlei kostbare grootschalige overheidsinstrumenten die de opkomst zouden moeten verhogen.

Wat werkt wel?

Gaat het om het cijfer van de opkomst? Oftewel is het doel simpel gezegd zoveel mogelijk kiezers naar de stembus te krijgen? Of gaat het toch vooral om daaraan relevante zaken als het verkleinen van politieke ongelijkheid en/of het bevorderen van politieke kennis en/of politieke betrokkenheid van kiesgerechtigden? Veel mensen zullen geneigd zijn dat tweede te zeggen. Toch zijn veel van de opkomst bevorderende activiteiten vooral op het eerste gericht. Denk aan allerlei activiteiten rondom de verkiezingen, zoals stembureaus op bijzondere locaties en het aanbieden van koffie en museumtickets bij specifieke stembureaus. Het effect op de opkomst van veel van dit soort initiatieven is beperkt of er wordt geen significant effect gevonden (Van Ostaaijen, 2022).

In een onderzoek (I&O Research, 2014) waarbij niet stemmers is gevraagd wat er zou moeten gebeuren zodat men wel zou gaan stemmen kwamen zaken naar voren die lokaal maar lastig te beïnvloeden zijn. Echter via communicatie zou wel het raadswerk begrijpelijk gemaakt kunnen worden, de verschillen tussen de partijen kunnen worden geduid en meer informatie kunnen worden gegeven over de standpunten.

Figuur 2 Wat moet er gebeuren zodat u wel gaat stemmen (bron: I&O research, 2014)

	Percentage	Percent of cases
Anders	24,7	39,7
Stemmen via internet, brief of smartphone mogelijk maken	18,4	29,7
Politieke partijen moeten zich duidelijker van elkaar onderscheiden	11,8	19,0
De politieke discussies moeten begrijpelijker worden	10,3	16,6
Gemeenteraadsverkiezingen voortaan tegelijk met Tweede Kamerverkiezingen	9,5	15,3
Meer informatie over standpunten politieke partijen (stembulp, reclame, PR)	9,0	14,5
Er moeten meer aansprekende politici komen	8,6	13,8
De opkomstplicht moet opnieuw ingevoerd worden	3,6	5,9
Stemlokalen langer open	1,9	3,1
Verkiezingen in het weekend houden	1,6	2,7

Uit onderzoeken over opkomst bevorderende maatregelen blijkt dat er ondanks de eerder genoemde beperkingen, instrumenten te bedenken zijn die een positief effect kunnen hebben op de opkomst. Zo helpt een betere informatievoorziening wel om de opkomst op te krikken, en ook de inzet van lokale media is zinvol (van Ostaaijen et al., 2016). Bovendien laten studies zien dat de verhoging van het aantal stembureaus (Jacobs et al., 2018) en een brief van de burgemeester (Van Zuydam et al., 2018) een positief effect kunnen hebben. De grootte van dit effect is volgens deze meeste onderzoeken overigens klein; (Schaap et al., 2019) zodat de verwachtingen over het toekomstige opkomstcijfer getemd moet blijven. De in de figuur 2 genoemde landelijke aanpassingen maar ook zaken als educatie, over het verkiezingsproces of de (lokale) politiek in het algemeen, en ook investeringen in sociale cohesie lijken effectievere maatregelen, maar die vergen een andere en structurele aanpak.

Ons belangrijkste advies is om de focus te leggen bij de hoofdreden van het niet stemmen door inwoners namelijk dat men niet goed weet op welke partij of kandidaat men moet stemmen. Het doel is om inwoners de helpende hand te bieden bij het maken van hun keuze en het helder maken van de verschillende opvattingen die leven bij de partijen en personen die aan de Venlose gemeenteraadsverkiezingen deelnemen. Waar mogelijk doen we dat aan de hand van concrete Venlose thema's die aansluiten bij de interesse van onze inwoners. Ook zoomen we nadrukkelijk in op de individuele kandidaten. Wie zijn dat, uit welke wijk komen ze, waar staan ze zelf voor? Zo maken we de keuze van onze inwoner nog persoonlijker en nabij.

Mensen besluiten pas vaak op het laatste moment om wel of niet te stemmen. Kiezen is moeilijk, want waar kies je uit? Een grote groep niet stemmers voelt zich soms verveeld van de politiek. Gebrekkige kennis over lokale politiek, wat de gemeente(raad) doet en hoe je moet stemmen is niet bepaald bevorderlijk voor de opkomst. Om te voorkomen dat inwoners niet gaan stemmen is het belangrijk om drempels zo veel mogelijk weg te halen en het stemmen gemakkelijker te maken.

Bij het maken van de stemkeuze maken inwoners gebruik van verschillende tools. De digitale stembulp wordt vaak en door veel inwoners gebruikt, vooral door jongeren. De stembulp is daarmee hét belangrijkste instrument om de opkomst te bevorderen. Dat effect is onderzocht. Terwijl traditionele manieren om kiezers te mobiliseren, zoals het verspreiden van folders en posters slechts een effect van 0,5 procent op de opkomst sorteert, genereert

een stemhulp een opkomst-bevorderende effect van 2 tot maar liefst 13 procent afhankelijk van de verkiezing (Boogers 2006; Kleinnijenhuis et al., 2007;)

Inzet op drie sporen: stemhulp, kandidatenplatform en betere informatievoorziening

Voorstel is om bij de opkomstbevordering in te zetten op drie sporen:

1. Stemhulp

Er zijn drie partijen in de markt die een digitale stemhulp aanbieden. Voor een toelichting zie de marktverkenning in bijlage 1. Het resultaat van de stemhulp is de keuze voor een bepaalde partij. De drie partijen in de markt waar bij de gemeenteraadsverkiezingen een beroep op kan worden gedaan zijn: MijnSTem, Stemwijzer en Kieskompas.

De kosten, baten en effecten van de drie aanbieders zijn vergelijkbaar. We adviseren het presidium om, net als de laatste twee verkiezingen, gebruik te maken van MijnStem in combinatie met het onderzoek door Citizens.

Het vooronderzoek dat wordt gedaan naar de informatiebehoefte van onze inwoners wordt gebruikt om tot een goede inzet van communicatiemiddelen te komen. MijnStem wordt door veel gemeenten gebruikt en biedt goede service en ondersteuning:

- Er wordt een inwonersconsultatie aangeboden. Dat heeft als voordeel dat de stellingen goed aansluiten bij de informatiebehoefte van inwoners.
- Er wordt goede ondersteuning geboden. MijnStem organiseert in de aanloop een bijeenkomst over de stellingen en een verdiepingsavond voor fracties.
- Er wordt een rapportage opgeleverd die als basis dient voor de inzet van (social) media.

Venlo heeft twee keer gebruik gemaakt van deze digitale stemhulp en heeft hier goede ervaringen mee opgedaan. Het is wel zaak om bij de gemeenteraadsverkiezingen in 2026 een aantal verbeterlagen te maken. Zo kan het accent nog meer worden gelegd op onderwerpen waar onze inwoners in geïnteresseerd zijn.

2. Alle kandidaten.nl

In het laatste overleg van het presidium voor het zomerreces heeft de griffier deze digitale oplossing al een keer onder de aandacht gebracht. Veel inwoners vinden het lastig om te ontdekken wie de kandidaten zijn en waar ze voor staan. Via deze digitale tool stellen kandidaten zichzelf voor.

Op het platform AlleKandidaten.nl. kan je als inwoner ontdekken op welke persoon je kan stemmen, waarbij je kan filteren op partij, geslacht, leeftijd en wijk. Dat draagt bij aan transparantie. Het is een flexibel en gebruiksvriendelijk platform dat het voor inwoners eenvoudig maakt om kennis te maken met alle kandidaten. Op dit platform worden tevens praktische zaken rondom de verkiezingen gedeeld, zoals de locatie van alle stembureaus op een digitale kaart.

3. Een betere informatievoorziening

Zoals eerder vermeld kan een betere informatievoorziening de opkomst verhogen. Hiervoor dient de informatiebehoefte van inwoners in Venlo in kaart worden gebracht. We inventariseren welke communicatie past bij de inwoners van Venlo en werken we daarna als griffie en met hulp van de afdeling communicatie het plan verder uit. Op die manier stemmen we de informatie gericht af op onze inwoners. We maken daarvoor gebruik van het aanbod van citizens (opkomstanalyse) (bijlage 3). Natuurlijk werken we hierbij samen met de ambtelijke organisatie en maken gebruik van de informatie er al is. Op basis van dat onderzoek vullen we de content gericht op wat voor Venlo het beste past: denk aan (social) media, internet, krant e.d.

Notitie Presidium

Overige instrumenten

Naast de drie hierboven genoemde instrumenten zijn er nog andere communicatiemiddelen die we inzetten rondom de verkiezingen die een positief effect kunnen hebben op de opkomst. Hieronder noemen we er drie specifiek. In bijlage twee staat een opsomming van alle communicatiemiddelen opgenomen.

- *brief burgemeester jongeren/nieuwe kiezers*

In een brief aan de jongeren die voor het eerst stemmen nodigt de burgemeester hen uit om gebruik te maken van hun kiesrecht en wijst hij hen op het belang er van.

- *afstemmen debatavonden met verschillende organisatoren*

Traditioneel zijn er verschillende maatschappelijk betrokken partijen die debatavonden organiseren. De griffie heeft contact met organisatoren om mee te sparren over datum, inhoud en opzet. Zo hebben we reeds contact gehad over een debatavond die de gezamenlijke cultuurorganisaties willen houden.

- *uitslagenavond*

Net als in 2022 organiseren we een verkiezingsavond op het stadhuis.

De griffie neemt de organisatie hiervan op zich en heeft reeds een brede werkgroep geformeerd bestaande uit de afdeling communicatie, facility, en het stembureau. Ook heeft er al een eerste gesprek met Omroep Venlo plaatsgevonden over de live uitzending die zij die avond willen verzorgen.

Voorstel presidium

Het presidium wordt concreet voorgesteld om in te stemmen met het voorstel van de griffie om de in dit voorstel genoemde communicatiemiddelen in te zetten in voorbereiding op de gemeenteraadsverkiezingen van 2023 en met elkaar te bespreken of en hoe u zelf bij wil dragen aan het verhogen van de opkomst

Bijlagen

Bijlage 1:	Marktverkenning stemhulp
Bijlage 2:	Overzicht communicatiemiddelen
Bijlage 3:	Brochure Mijn Stem
Bijlage 4:	Brochure Alle kandidaten
Bijlage 5:	Brochure verkiezingskrant

Literatuurlijst

- Boogers, M. (2006). *Enquête bezoekers stemwijzer*. Universiteit van Tilburg
- Jacobs, D.J., S. van Zuydam, J.J.C. van Ostaaijen & L. de Brouwer (2018), *De wet van de grote(re) getallen? Het effect van meer stembureaus op de opkomst bij verkiezingen*, Tilburg:
- Kleinnijenhuis, J., Scholten, O., Van Atteveldt, W., Van Hoof, A. M. J., Krouwel, A., Oegema, D., De Ridder, J. A., Ruigrok, N., and Takens, J. (2007). *De rol van media en stemwijzers bij de verkiezingen van 2006*, Bert Bakker, Amsterdam
- Schaap, L, Hendriks, F, Karsten, N, van Ostaaijen, J & Wagenaar, (2019), *'Ambitieuze en ambivalente vernieuwing van de lokale democratie in Nederland'*, Bestuurswetenschappen, vol. 73, no. 2, pp. 47-69.
- TNS NIPO (2014b). *Eindrapportage van het campagne-effectonderzoek naar de campagne 'verkiezingen gemeenteraad 2014'*. In: Ministerie van Algemene Zaken (2014) Gemeenteraadsverkiezingen
- Van Ostaaijen J. (2022) *Het antwoord op een lage opkomst: Naar een grotere betrokkenheid van politici en kiezers*. Tilburg University
- Van Ostaaijen, J, Epskamp, M & Dols, M (2016), *Verbetering op komst : Een verkenning naar een effectieve gemeentelijke inzet van communicatiemiddelen voor de opkomst bij lokale verkiezingen*. Tilburg University.
- Vollaard H, de Blok L, den Ridder J & Jansen G (2022), *De lokale niet-stemmer : Een analyse van de lage opkomst bij de gemeenteraadsverkiezingen van 2022* . Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, pp. 82-87.
- Zuydam, S. van, D.J. Jacobs, J.J.C. van Ostaaijen & L. de Brouwer (2018), *Gaat u ook stemmen? Het effect van communicatie op de opkomst bij verkiezingen*, Tilburg: 2018.