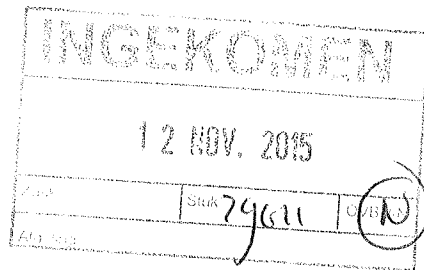




Gemeente Rotterdam

Gemeenteraad

Aan de voorzitter van de gemeenteraad van Dalfsen
De heer drs. H.C.P. Noten
D.t.v. de griffier
Postbus 35
7720 AA Dalfsen



Ing. A. Aboutaleb
Burgemeester

Bezoekadres: Stadhuis Coolingsingel 40
Postadres: Postbus 70012
3000 KP Rotterdam

Website: www.rotterdam.nl
E-mail: t.vanbree@griffie.rotterdam.nl
Inlichtingen: T. van Bree, secretaris van de
onderzoeksstuurgroep
Telefoon: 010 -267 2751

Ons kenmerk: 15gr307

Betref: Wetenschappelijk onderzoek inzet
gemeenteraadsverkiezingen

Datum: 9 november 2015

Geachte heer Noten,

Graag vraag ik u om uw medewerking aan een wetenschappelijk onderzoek in eigen beheer dat relevant is voor het lokaal bestuur. Dit onderzoek gaat over de gemeentelijke inzet voor de bevordering van de opkomst bij de gemeenteraadsverkiezingen. Centraal in dit onderzoek staat de vraag naar wat effectief is aan deze gemeentelijke inzet met het oog op de opkomstbevordering. Een onderwerp dat voor velen in het lokaal bestuur urgent werd omdat bij de laatst gehouden gemeenteraadsverkiezingen in veel gemeenten de opkomst tot onder de 50% is gedaald. Deze ontwikkeling raakt de legitimiteit van het lokaal bestuur.

Gerelateerd aan de dalende opkomstcijfers en het belang dat wordt gehecht aan vertrouwen van burgers in het lokaal bestuur, worden ook in mijn gemeente vragen gesteld bij de effectiviteit van de inzet van communicatiemiddelen om verkiezingen onder de aandacht van inwoners te brengen. Wat is de relatie tussen opkomst en voorlichting? Is die er wel? Om die vraag gefundeerd te kunnen beantwoorden, hebben wij het initiatief genomen om de gemeentelijke communicatiecampagnes voor raadsverkiezingen en de effectiviteit ervan (wetenschappelijk) te onderzoeken.

Naast de theorie, de te onderscheiden rollen van politiek en gemeente en de effectiviteit van middelen, doen we ook onderzoek naar opkomstmotivatie. Dit om handvatten te kunnen bieden die ons in de toekomst kunnen helpen bij het vormgeven van voorlichtingscampagnes voor gemeenteraadsverkiezingen. Niet meer de waan van de dag, de gadget van de maand of het bureau waarmee je spreekt moet leidend worden voor de vormgeving van de gemeentelijke voorlichtingscampagne, maar een bewezen, liefst wetenschappelijk gevalideerde, modus. Onze stelling is dat geld kan worden bespaard en doelmatig besteed.



Uw medewerking hard nodig

Het initiatief dat ik samen met mijn griffier voor dit wetenschappelijk onderzoek heb genomen, kreeg een positief onthaal. Het wordt mogelijk gemaakt met steun van collega's van de G32. Inmiddels zijn een literatuuronderzoek en het kwalitatieve deel van het onderzoek onder G32-gemeenten afgerond. Dat volstaat evenwel nog niet. De conclusies winnen namelijk aan betekenis en kracht als daarna zoveel mogelijk andere gemeenten, en naar ik hoop ook uw gemeente, in de nu volgende kwantitatieve fase bereid zijn ook hun medewerking te verlenen. Dat gaat om medewerking aan een on-line enquête. Wij hebben uw medewerking dus hard nodig!

Aan deelname zijn voor u geen kosten verbonden. Het onderzoek wordt namelijk gefinancierd door een groep gemeenten die hun schouders onder het initiatief hebben gezet en dit mogelijk maken: Almere, Amersfoort, Breda, Den Haag, Dordrecht, Ede, Eindhoven, Enschede Rotterdam, Sittard-Geleen, Utrecht en Zoetermeer. Het onderzoek wordt in opdracht van de stuurgroep met de griffiers van deze gemeenten uitgevoerd door dr. Julien van Ostaaijen (Tilburgse School voor Politiek en Bestuur van Tilburg University) en Martijn Epskamp (Onderzoek en Business Intelligence van de gemeente Rotterdam). In de bijlage bij deze brief is het onderzoek in grote lijn beschreven.

De resultaten en bevindingen en de vertaling hiervan naar een praktische handreiking komen uiteindelijk aan alle deelnemende gemeenten ten goede. Volgend jaar ben ik graag gastheer op een seminar in Rotterdam over dit onderwerp voor bestuurlijk verantwoordelijken, griffiers en campagneverantwoordelijken.

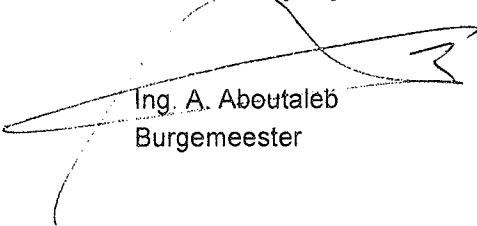
Hoe gaat het verder?

Alle gemeenten die hebben aangegeven dat zij aan het onderzoek meewerken, ontvangen eind november (door tussenkomst van de griffier) van de onderzoekers een e-mail met een link naar de online enquête. Aan hen wordt gevraagd deze in te (laten) vullen. Uw contactpersoon ontvangt daarover nog nadere informatie van de onderzoekers.

Uw reactie

Graag vernemen wij van u via uw griffier of u in november uw medewerking aan het kwantitatieve onderzoek wilt verlenen. Wij ontvangen uw reactie graag per mail via de secretaris van de stuurgroep, Ton van Bree, email t.vanbree@griffie.rotterdam.nl. Hij zal ook graag desgewenst verdere achtergrondinformatie geven en uw vragen beantwoorden.

Met vriendelijke groet,



Ing. A. Aboutaleb
Burgemeester

Bijlage: beknopte beschrijving onderdelen van het onderzoek effectiviteit gemeentelijke communicatie gemeenteraadsverkiezingen



BIJLAGE

Beknopte beschrijving onderdelen van het onderzoek effectiviteit gemeentelijke communicatie gemeenteraadsverkiezingen

Literatuuronderzoek (mei –juni 2015)

Het zelf analyseren van gemeentelijke campagnes is één manier om meer zicht te krijgen op wat effectieve manieren zijn om burgers te informeren of naar de stembus te bewegen. Een andere manier is het bestuderen van bestaand onderzoek op dit gebied door middel van een literatuuronderzoek. In en buiten Nederland is op dit gebied onderzoek verricht door verschillende instellingen en onderzoeksbureaus. Van veel onderzoeken zijn de rapportages eenvoudig via het internet te verkrijgen. Wij verwachten dat het bestuderen van deze rapportages actuele inzichten zal opleveren in de effectiviteit van verschillende soorten campagneonderdelen en -activiteiten. De input van literatuuronderzoek levert input voor de inrichting van de enquêtes (kwalitatief en kwantitatief).

Campagnereview door middel van een online enquête

Informatie over gemeentelijke inzet van opkomstbevorderende communicatiecampagnes voor de laatst gehouden gemeenteraadsverkiezingen wordt op een gestructureerde manier bij de gemeenten uitgevraagd door middel van een digitale enquête. Het kwalitatieve deel loopt van juni tot oktober 2015. In het onderzoek inventariseren de onderzoekers welke inzet gemeenten hebben geleverd bij de verkiezingen van 2014 om de opkomst van de gemeenteraadsverkiezingen te bevorderen, met name de gemeentelijke (campagnematige) communicatie-inzet.

Na de uitvoering van het kwalitatieve onderzoek onder de 32 grootste gemeenten wordt het onderzoek vanaf dit najaar vervolgd met een onderzoek onder alle gemeenten in Nederland. De uitkomsten maken het mogelijk om generaliseerbare uitspraken te doen over factoren die van invloed zijn op de opkomst van gemeenteraadsverkiezingen.

Confrontatie deelonderzoeken

De resultaten van de deelonderzoeken worden ook in samenhang met elkaar geanalyseerd. De inzichten uit het literatuuronderzoek over gemeentelijke communicatiecampagnes voor gemeenteraadsverkiezingen worden vergeleken met de bevindingen met de campagnes door gemeenten bij de laatste gemeenteraadsverkiezingen. Het resultaat hiervan wordt voorgelegd aan een panel van deskundigen.

Op basis van de overall-analyse zullen de onderzoekers conclusies trekken en aanbevelingen doen voor de gemeentelijke inzet opkomstbevordering voor de gemeenteraadsverkiezingen voor 2018. Het eindresultaat van het onderzoek kan aldus worden vevat in een actuele en bruikbare handreiking voor de initiatiefnemers en alle deelnemende gemeenten, met het oog op de gemeenteraadsverkiezingen van 2018. De resultaten en handreiking worden gepresenteerd tijdens een seminar in het voorjaar van 2016. Uiteraard komen deze ook beschikbaar voor alle deelnemende gemeenten.