

VOORSTEL voor het algemeen bestuur

ONDERWERP		Reg. Nr.	Z/21/044924-196333
Communicatiestrategie voor de waterschapsverkiezingen		Afdeling	Bestuur en Organisatie
Portefeuillehouder	D.S. Schoonman	Opsteller	Joyce van der Vegte en Myrthe Vos
Datum DB - vergadering	17 mei 2022		joycevandervegte@wdodelta.nl
Datum AB - vergadering	31 mei 2022		+31621593684

VOORSTEL

Het AB besluit:
De communicatiestrategie vast te stellen voor de waterschapsverkiezingen 2023.

SAMENVATTING

Op 15 maart 2023 is er weer een gelijktijdige stembusverkiezing van waterschappen en Provinciale Staten. Iedereen die 18 jaar en ouder is kan zijn of haar stem uitbrengen voor een nieuw waterschapsbestuur. Om zoveel mogelijk kiezers naar de stembus te krijgen, wordt er vanuit de Unie van Waterschappen een landelijke campagne opgezet. Vanuit WDODelta sluiten we hierop aan met een eigen lokale en regionale campagne.

Tijdens de deltabijeenkomst op 26 april is de strategie in hoofdlijnen toegelicht. Er is bij u getoetst hoe opvallend de campagne mag zijn. De uitkomsten zijn verwerkt in de communicatiestrategie.

Doelstelling

De regionale en lokale campagne van WDODelta is opkomst bevorderend. We streven naar hoger bereik en meer interactie dan in 2019.

Waterschap en partijen versterken elkaar

Belangrijk uitgangspunt is dat de campagne van het waterschap en de afzonderlijke campagnes van de partijen elkaar versterken. De campagne van WDODelta richt zich op het enthousiasmeren en stimuleren. De partijen maken duidelijk dat er wat te kiezen is. En wat er te kiezen valt.

Doelgroepen

De campagne richt zich op 4 doelgroepen, met daarbij specifiek aandacht voor jongeren, laaggeletterden en niet-Nederlandstaligen. De benamingen van de doelgroepen komen letterlijk uit de leefstijlvinder (landelijk platform). Uiteraard komen deze benamingen nergens terug in de communicatie-uitingen.

Strategie en aanpak

Om stemgerechtigden te stimuleren naar de stembus te gaan, wordt er vanaf januari 2023 t/m 15 maart campagne gevoerd. En dat doen we als volgt:

- Opvallende campagne: tikkeltje stoer en uitdagend, passend bij de doelgroep.
- Extern winnen is binnen beginnen: we zetten onze medewerkers en vrijwilligers in als ambassadeur.
- Stevige basis: interne communicatiekanalen optimaal benutten, website op orde, duidelijke link met de stemwijzer/kieshulp
- Draggers van de campagne zijn o.a. eigen assets (gemalen, rwzi's) en ons wagenpark.
- Focus op *free publicity*, online content en laagdrempelig luisteren naar de doelgroep

Na vaststelling van de communicatiestrategie, wordt de campagne verder uitgewerkt in een plan van aanpak. Dan worden ook keuzes gemaakt in middelen. De contactpersonen van de deelnemende partijen worden vanaf de zomer 2022 maandelijks meegenomen en vindt er afstemming plaats om elkaar te kunnen blijven versterken.

BEOOGD EFFECT EN/OF RESULTAAT

De regionale en lokale campagne van WDODelta is opkomst bevorderend en heeft als doel:

1. Bevorderen bereik;
2. Enthousiasmeren om te gaan stemmen;
3. Bekendmaking van de uitslag.

Daarnaast wordt het bereik van de inspanning gemeten en geanalyseerd met behulp van data en statistieken. We streven naar hoger bereik en meer interactie dan in 2019.

KADER

De communicatiestrategie waterschapsverkiezingen 2023 is onderdeel van het project Waterschapsverkiezingen 2023 waarover op 11 januari 2022 een besluit is genomen.

ARGUMENTEN

De lage opkomst van de afgelopen gemeenteraadsverkiezingen laten zien hoe grillig het stemgedrag is van de kiezer. Ook al gaat het om een andere soort verkiezing, we kunnen hier wel van leren. Uit diverse onderzoeken¹ blijkt dat er verschillende redenen zijn die mensen thuis hielden: een gebrek aan interesse, stemmen heeft geen zin (wat je ook stemt, er verandert toch niets), mensen weten niet op welke partij ze moeten stemmen of ze hebben een praktische reden om thuis te blijven. Ook speelt het een belangrijke rol dat inwoners weten dat er verkiezingen zijn. Daarom is het van belang dat we duidelijk kunnen maken dát er wat te kiezen is en wát er te kiezen valt. Met een opvallende campagne die duidelijk te volgen is voor de kiesgerechtigden.

Alternatief is dat we enkel de huidige middelen en kanalen inzetten om te laten weten dat er verkiezingen zijn. En meeliften op de landelijke campagne. Het risico is dat inwoners in ons eigen gebied niet weten wat dit voor hen betekent, want ze kunnen uit zichzelf geen verbinding maken met de voorbeelden in hun directe omgeving. Daarom wordt geadviseerd te kiezen voor een opvallende campagne, dichtbij en vanuit de doelgroep gedacht.

FINANCIËN

Van het totale krediet dat is toegekend door het DB op 11 januari jl. (€ 650.000,00) is € 100.000,00 bestemd voor communicatie.

JURIDISCHE EN/OF ORGANISATORISCHE GEVOLGEN

Geen

BIJZONDERE AANDACHTSPUNTEN EN RISICO'S

Geen

OMGEVING; BETROKKENEN, PARTNERS EN DRAAGVLAK

In de aanloop naar de campagne in 2023, vindt er afstemming plaats met:

- Unie van Waterschappen (landelijke campagne)
- Noordelijke waterschappen (uitwisselen en versterken acties)
- Provincies (gezamenlijke acties waar mogelijk)
- Politieke partijen (dat er wat te kiezen is en wát er te kiezen valt, bekendmaking uitslag)
- Gemeenten (stemlokalen)

COMMUNICATIE

¹ Bronnen:

[Waarom is de opkomst bij lokale verkiezingen zo laag? - StukRoodVlees](#)
[NKO-2021-Versplinterde-vertegenwoordiging-V5.pdf \(dpes.nl\)](#)
[De gemeenteraadsverkiezingen: een dicht-bij-mijn-bed-show? | Ipsos](#)

Er vindt geen communicatie plaats met de omgeving over het besluit. Enkel de betrokken collega's en het communicatiebureau BestWerk worden geïnformeerd.

VERVOLG / UITVOERING

Na vaststelling van de communicatiestrategie wordt het plan van aanpak ontworpen in samenwerking met communicatiebureau BestWerk. De contactpersonen van de partijen worden meegenomen in het vervolg in de vorm van een maandelijks overleg. Daar vindt ook de afstemming plaats om elkaar goed te kunnen versterken in de campagneperiode januari 2023 – 15 maart 2023.

De strategie wordt 31 mei aan u voorgelegd.

BIJLAGEN

Communicatiestrategie waterschapsverkiezingen 2023

Het dagelijks bestuur van het Waterschap Drents Overijsselse Delta

de secretaris,
E. de Kruijk

de dijkgraaf,
D.S. Schoonman