

Aan:  
de leden van provinciale staten  
van Drenthe

Assen, 4 december 2002  
Ons kenmerk 49/6.10/2002011126  
Onderwerp: Uitvoeringsprogramma Kiezen om te stemmen 2003

Geachte leden,

In uw vergadering van 19 juni 2002 hebt u ingestemd met de nota Kiezen om te stemmen. Hierin wordt in hoofdlijnen aangegeven op welke manier de kiesgerechtigden in de provincie Drenthe zullen worden gestimuleerd aan de statenverkiezingen mee te doen. De uitvoering van het actieprogramma loopt via ons college.

Na goedkeuring door uw staten is er in Nederland heel wat gebeurd. De regering-Balkenende, die na de verkiezingen van mei afgelopen zomer is geformeerd, heeft reeds haar ontslag aangeboden en is sindsdien demissionair. Het gevolg is dat op woensdag 22 januari 2003 Nederland opnieuw naar de stembus gaat voor Kamerverkiezingen, slechts een kleine zes weken voor de statenverkiezingen.

Het hoeft geen betoog dat een en ander consequenties heeft voor de provinciale verkiezingen. Om die reden is het Uitvoeringsprogramma Kiezen om te stemmen enigszins aangepast. Het resultaat treft u hierbij aan.

Inmiddels zijn de voorbereidingen voor de komende statenverkiezingen op gang gekomen en is een begin gemaakt met de uitvoering van Kiezen om te stemmen. De Stafgroep Communicatie houdt intensief contact met de campagneleiders van de politieke partijen. Op die manier houden wij elkaar op de hoogte van de ontwikkelingen met betrekking tot de komende verkiezingen en wij hopen zo te bewerkstelligen dat de activiteiten van de verschillende partijen zo gespreid mogelijk plaatsvinden.

Samenwerking gedurende de aanloop naar de verkiezingen biedt volgens ons op dinsdag 11 maart 2003 het beste resultaat.

Hoogachtend,

gedeputeerde staten van Drenthe,

, griffier

, voorzitter

Bijlage(n):  
ab/coll.

## Uitvoeringsprogramma Kiezen om te stemmen 2003

De provincie Drenthe streeft naar een hoge opkomst bij de statenverkiezingen van 11 maart 2003. Daartoe is de nota Kiezen om te stemmen geschreven. Hierin staat in hoofdlijnen aangegeven op welke manier kiesgerechtigden zullen worden gestimuleerd om aan de statenverkiezingen mee te doen.

De inspanningen van de provincie zijn ondersteunend aan en aanvullend op de activiteiten van de politieke partijen. Zij zijn primair verantwoordelijk voor het politieke debat.

De doelstelling van het voorgestelde beleid is het motiveren en stimuleren van kiesgerechtigde inwoners van de provincie Drenthe deel te nemen aan de verkiezingen voor provinciale staten (PS) op 11 maart 2003 met als resultaat dat de provincie Drenthe ten minste de tweede plaats op de landelijke ranglijst weet te handhaven. Gestreefd wordt overigens naar de koppositie.

De strategie is tweeledig.

- De kiesgerechtigden beter bekend maken met de betekenis van de provincie als bestuurslaag in hun dagelijks leven.
- Bevorderen dat er wat te kiezen valt. Partijen en politici prikkelen standpunten in te nemen, te verkondigen en te verdedigen.

Naast de inzet van een aantal eigen communicatiemiddelen, waaronder de provinciale website, is ook een wezenlijke rol weggelegd voor de media (kranten, radio en televisie).

In de campagne staan vier doelgroepen centraal:

- kiesgerechtigden (algemeen);
- jongeren die voor de eerst keer hun stem mogen uitbrengen bij de statenverkiezingen;
- kandidaat-statenleden;
- de media.

De ervaringen die met de uitvoering van dit programma worden opgedaan, zullen worden betrokken bij het uitwerken van voorstellen om na de verkiezingen een permanente campagne te starten, gericht op een sterkere profilering van de provincie als regionale bestuurslaag.

Dit programma is opgesteld en in GS geaccordeerd in de tijd dat er nog geen sprake was van Kamerverkiezingen op 22 januari 2003. Nu dat het geval is, is het plan op een aantal onderdelen aangepast. De voorgestelde aanpak per actiepoint is onderstreept.

In zijn algemeenheid geldt, dat activiteiten niet eerder beginnen dan eind januari/begin februari.

Bij de uitvoering van **Kiezen om te stemmen** zijn de volgende acties voorzien.

1. De Commissaris van de Koningin nodigt hoofdredacteuren, eindredacteuren en statenverslaggevers van de Drentse media uit, evenals twee vertegenwoordigers van elke politieke partij die aan de verkiezingen deelneemt voor een Museumgesprek. Dit vindt plaats in november 2002. Locatie: Drents Museum.  
Het motto van de bijeenkomst is: STEMBUS en PERSBUS, een informeel gesprek over politiek en journalistiek in verkiezingstijd.  
Doelgroepen: kandidaat-statenleden en media.  
Daarnaast tevens een uitnodiging van alle media. De Excursie naar Hazewinkel Pers (20). Gaat door op donderdag 6 februari of woensdag 12 februari.

2. De lijsttrekkers geven meteen na de Tweede-Kamerverkiezingen het startsein voor de verkiezingscampagne. Ze doen dit door gezamenlijk de eerste verkiezingsaffiches op een daartoe bestemd bord te plakken.  
Doelgroepen: alle kiesgerechtigden en media.  
Wordt uitgevoerd, voorzover partijen bereid zijn hieraan mee te werken. In ieder geval na 22 januari.  
Goed voor een foto in de krant.
3. In het najaar van 2002 wordt een bijeenkomst gehouden over de lessen die politiek en journalistiek trekken uit de Kamerverkiezingen van 15 mei 2002. Motto: De burger in beeld?  
Doelgroepen: kandidaat-statenleden en media.  
Annuleren.
4. In het najaar van 2002 beginnen met het via TV Drenthe en Nieuws TV uitzenden van spotjes van twintig seconden waarin duidelijk wordt gemaakt welke rol de provincie speelt in de Drentse samenleving. Onderwerpen zijn onder andere: verkeersveiligheid, provinciale wegen en kanalen, ruimtelijke ordening (wonen, landschap, natuur, landbouw), cultuur, sport, waterhuishouding, werkgelegenheid, milieu, zorgvoorzieningen, recreatie en veiligheid. Het gaat om het naar voren halen van alledaagse voorbeelden die aantonen wat de provincie doet in het belang van de burger. De boodschappen zijn kernachtig en in gewone mensentaal. Er worden tien verschillende spotjes gemaakt.  
Vanaf medio februari 2003 worden de spotjes dagelijks uitgezonden met als pay-off: En daarom ga ik op dinsdag 11 maart stemmen voor provinciale staten!

Een alternatief is de informatie over het belang van de provincie als bestuurslaag voor de Drentse burger te verspreiden via regionale kranten en huis-aan-huisbladen. Hiermee zou tevens invulling worden gegeven aan de motie die de ChristenUnie indiende bij de algemene beschouwingen in 2001.

De kosten van dit voorstel bedragen circa € 30.000,- per pagina met een provinciale dekking per keer. Voorts moet hierbij in ogenschouw worden genomen dat het gebruik van gedrukte media terugloopt (3,9 uur per week), terwijl aan televisie en Internet wekelijks 14,2 uur wordt besteed.

Gelet op de kosten, het toenemend gebruik van elektronische media en de impact van het medium televisie wordt gekozen voor dit laatste middel om de provincie dichterbij de burgers te brengen.

Inmiddels zijn afspraken gemaakt met TV Drenthe over de uitzending van tien programma's waarin de taken en bevoegdheden van de provincie centraal staan. Elk programma duurt achttien minuten en wordt uitgezonden op donderdagavond, te beginnen op 2 januari 2003.

De laatste van deze serie is op 6 maart 2003.

In de reclamezendtijd van TV Drenthe is ruimte beschikbaar voor het uitzenden van spotjes.

Over de precieze invulling is nog overleg gaande. Gekozen zal worden uit twee opties.

1. Spotjes van twintig seconden over onderwerpen waarin duidelijk wordt gemaakt welke rol de provincie speelt in de Drentse samenleving met aan het slot een oproep om te gaan stemmen.
2. Spotjes met een bekende Drent die oproept vooral naar de stembus te gaan.

5. Statenleden, inclusief gedeputeerden, verklaren zich bereid gastcollege's te verzorgen op scholen voor voortgezet onderwijs. De desbetreffende scholen ontvangen hierover in september 2002 een brief met een antwoordformulier om hun interesse kenbaar te maken.  
Doelgroep: jongeren.  
Het project is inmiddels opgestart.
  
6. Het Statenspel wordt nog eens extra onder de aandacht gebracht van scholen voor het voortgezet onderwijs.  
Doelgroepen: jongeren.  
Gaat door.
  
7. Twee weken voorafgaande aan de verkiezingen worden in Assen, Meppel, Hoogeveen, Coevorden en Emmen driehoeksborden geplaatst met een creatieve, humoristische en prikkelende oproep aan de Drentse kiesgerechtigden om van hun stemrecht gebruik te maken. Dezelfde posters worden zo mogelijk ook op de verkiezingsborden geplakt.  
De afbeelding kan voorts worden gebruikt voor de productie van bierviltjes.  
Uitwerking in overleg met een reclamebureau.  
Doelgroepen: alle kiesgerechtigden.  
Gaat door.
  
8. De affiches worden gebruikt als afbeelding op placemats. Grote bedrijven en instellingen in Drenthe met een bedrijfsrestaurant of kantine wordt gevraagd deze onderleggers in de weken voorafgaand aan de verkiezingen te gebruiken.  
Doelgroep: alle kiesgerechtigden.  
Annuleren; actie heeft een te korte cyclus.  
In plaats hiervan wordt een paar dagen voor de verkiezingsdatum een advertentie geplaatst in een aantal Drentse kranten en nieuwsbladen, waarin onder andere met grote letters wordt gemeld **IK GA STEMMEN**. Inwoners van Drenthe worden opgeroepen deze advertentie op 11 maart 2003 achter hun raam te hangen. Een team van Radio Drenthe rijdt de hele dag door de provincie met een zendwagen en belt aan bij mensen die de advertentie zichtbaar hebben opgehangen. Een gesprekje op de radio en een prijs van de provincie is het resultaat.
  
9. Vanaf november tot en met december 2002 maandelijks resultaten bekendmaken van een opiniepeiling naar de vermoedelijke zetelverdeling, de opkomst en de antwoorden van de ondervraagden op een paar - steeds wissellende - actuele vragen. Vanaf medio januari 2003 deze onderzoeken wekelijks publiceren. In totaal tien peilingen, te beginnen op 23 november en vervolgens op 21 december 2002. Vanaf 17 januari 2003 achtmaal, wekelijks met vrijdag 7 maart 2003 als laatste datum waarop de resultaten worden gepubliceerd.  
Bij dit project wordt zo mogelijk samengewerkt met een nieuwsmedium, bijvoorbeeld RTV-Drenthe of het Dagblad van het Noorden.  
Een onafhankelijk onderzoeksbureau verzamelt de gegevens.  
De periodieke onderzoeksresultaten zorgen voor een constante stroom aan nieuws en leiden tot reacties in de media. Enerzijds worden de statenverkiezingen hiermee onder de aandacht gebracht en anderzijds komen partijpolitieke verschillen ermee in beeld.  
Doelgroepen: alle kiesgerechtigden en media.

Kan worden uitgevoerd, te beginnen op zaterdag 1 februari. In Cassata (Radio Drenthe) worden de resultaten van de peilingen bekendgemaakt, evenals de opvattingen van inwoners van Drenthe op stellingen die het onderzoeksbureau heeft voorgelegd. Vervolgens wordt er over in de uitzending gesproken en/of gediscussieerd.

Op de zondagavond in het nieuwsprogramma van TV Drenthe worden de belangrijkste uitkomsten van de wekelijkse enquêtes herhaald en zo nodig geven politici of andere betrokkenen commentaar.

10. Op de website Portaal Drenthe zijn de provinciale politieke partijen die deelnemen aan de verkiezingen, vertegenwoordigd met een eigen site. Zij doen actief mee aan digitale debatten. Dit wordt gestimuleerd door de partijen periodiek te laten reageren op actuele thema's. In de laatste weken van 2002 stellen de partijen om beurten een onderwerp aan de orde en geven hierover hun opvatting weer. De andere partijen reageren erop. De grootste statenfractie begint, een week later de op één na grootste fractie en zo verder. Alle meningen over dat ene onderwerp staan dus op de site en zijn voor iedereen te raadplegen. Vanaf begin januari 2003 zet de Stafgroep Communicatie dagelijks een nieuw, actueel onderwerp op de site waarop de partijen dan kunnen reageren. Partijen mogen in maximaal vijf regels hun mening geven. De geïnteresseerde burger krijgt zo een goed beeld van de politieke verschillen.

Op de website is een apart loket voor jongereninformatie over de verkiezingen.

De provincie zorgt voor de technische infrastructuur en coördineert de redactionele werkzaamheden.

Doelgroepen: alle kiesgerechtigden, kandidaat-statenleden, jongeren en media.

Wordt uitgevoerd, te beginnen eind januari/begin februari.

11. Een periodieke politieke nieuwsquiz op de website in de weken voor de verkiezingen helpt mee het onderwerp levendig te houden of te maken. Iedere dag worden enkele prijzen verloot onder degenen die goede oplossingen hebben ingestuurd. Doelgroep: alle kiesgerechtigden. Wordt uitgevoerd.

12. In de maand voorafgaand aan de statenverkiezingen worden vier themadebatten gehouden op vier verschillende plaatsen in de provincie. Deze locaties zijn regionaal gespreid en sluiten aan bij de regio-indeling, zoals de provincie die kent (Noord, Zuidoost, Zuidwest en Noord-oost). De onderwerpen zijn sterk afhankelijk van de actualiteit. Elke politieke partij bepaalt zelf wie aan het desbetreffende debat deelneemt. Voorwaarden zijn dat hij of zij op de kandidatenlijst staat en dat iemand slechts eenmaal mag meedoen. Doelgroepen: alle kiesgerechtigden, kandidaat-statenleden en media. Wordt uitgevoerd.

13. Vanaf begin februari 2003 worden dagelijks spotjes via Radio Drenthe en/of Rebecca Radio (specifiek gericht op jongeren) uitgezonden, waarin bekende jonge Drenten, bijvoorbeeld uit de wereld van de sport, vertellen waarom ze op dinsdag 11 maart 2003 naar de stembus gaan. Doelgroep: jongeren.

Wordt uitgevoerd, te beginnen eind januari/begin februari. Overwogen wordt nog deze spotjes ook uit te zenden via Radio Drenthe.

14. De Commissaris van de Koningin schrijft begin maart 2003 een brief aan alle kiesgerechtigden die bij de statenverkiezingen voor de eerste maal hun stem mogen uitbrengen.  
Doelgroep: jongeren.  
Wordt uitgevoerd.
  
15. Er wordt een folder gemaakt, gericht op jongeren van 18 tot en met 21 jaar. Hierin worden drie of vier onderwerpen aan de orde gesteld die voor de doelgroep interessant zijn. De thema's worden beschreven op een manier die jongeren aanspreekt en voorts geeft elke partij die aan de verkiezingen deelneemt, heel kort (één regel) het eigen standpunt weer.  
Oplage: 20.000 exemplaren.  
Bij dit project wordt samengewerkt met de Jongerenraad Drenthe.  
Doelgroep: jongeren.  
Wordt uitgevoerd.
  
16. De provinciale politieke partijen presenteren zich op de website [www.provincies.nl](http://www.provincies.nl). Ze doen ook mee aan de stemwijzer en de programmavergelijking. Dit in navolging van 1999, toen hiermee goede ervaringen zijn opgedaan.  
Doelgroepen: alle kiesgerechtigden.  
Project is inmiddels opgestart; voorbereidingen zijn in gang gezet.
  
17. Op zaterdag 8 maart 2003 wordt in en bij het provinciehuis van 10.00 uur tot 16.00 uur een Open huis gehouden. Er wordt getoond op welke terreinen de provincie actief is. De politieke partijen kunnen zich er presenteren, evenals de product- en stafgroepen met hun belangrijkste - op de burger gerichte - activiteiten. Een ad-hocwerkgroep onder leiding van het hoofd van de Stafgroep Communicatie, waarin alle product- en stafgroepen zijn vertegenwoordigd, bereidt de presentatie van de provincie voor. Hierbij gaat het om onder andere opzet, inhoud en uitvoering van het totaal. De presentatie wordt vervolgens per groep ingevuld. De Stafgroep Communicatie verleent hierbij praktische ondersteuning. Per groep is maximaal € 800,- beschikbaar voor de aanschaf van kleine benodigdheden ten behoeve van de presentatie. Het aantal uren per medewerker hangt af van de tijd die nodig is om de presentatie voor te bereiden, in te richten en tijdens de dag te begeleiden. In een jongerendebat en het lijsttrekkersdebat komen actuele onderwerpen aan de orde. Aan de Productgroep Verkeer en Vervoer is gevraagd na te gaan of het mogelijk is op 8 maart gratis openbaar vervoer aan te bieden aan bezoekers van het Open huis.  
Doelgroepen: alle kiesgerechtigden, kandidaat-statenleden en media.  
Project is inmiddels opgestart.
  
18. De lijsttrekkers zijn enkele malen beschikbaar voor een telefonisch en digitaal spreekuur.  
Doelgroepen: alle kiesgerechtigden en media.  
Wordt uitgevoerd.

19. De nieuwjaarsbijeenkomst van 2003 staat in het teken van de naderende verkiezingen.  
Doelgroepen: alle kiesgerechtigden, kandidaat-statenleden en media.  
Kosten: in reguliere begroting opgenomen.  
Project is inmiddels opgestart.
  
20. De kandidaat-statenleden en zittende statenleden kunnen deelnemen aan een excursie naar Hazewinkel Pers in Groningen. Aan de (hoofd)redactie wordt gevraagd een inleiding te verzorgen over effectieve omgang tussen politici en de pers.  
Doelgroepen: kandidaat-statenleden.  
Zie punt 1.
  
21. Circa tien dagen voor de statenverkiezingen start de provincie een rondzendbrief per e-mail. Een interactieve, digitale oproep om te gaan stemmen bereikt een grote groep ontvangers. Zij worden verzocht deze door te sturen aan vrienden, bekenden etc.  
Doelgroepen: alle kiesgerechtigden.  
Haalbaarheid wordt onderzocht.
  
22. Op 11 maart 2003 wordt in het provinciehuis de uitslagenavond gehouden.  
Doelgroepen: alle kiesgerechtigden, kandidaat-statenleden en media.  
Ongewijzigd.
  
23. De provinciale politieke partijen organiseren een actief nieuwsmanagement. Ze zijn zich permanent bewust van het belang van publiciteit als ondersteuning van het politieke handwerk. In elk stadium van de campagne is de vraag aan de orde: Met wie moeten wij op welke wijze over wat communiceren?  
Burgers en de media worden actief geïnformeerd over hetgeen partijen mee bezig zijn. Een pro-actief en stelselmatig publiciteitsbeleid draagt bij aan de beeldvorming van de partij en de kandidaat-statenleden. Naarmate meer mensen weten waar het bij de verkiezingen om gaat, wat partijen willen en wie de lijsttrekkers zijn, zal de opkomst hoger zijn. De media zijn veruit de belangrijkste schakel in het contact tussen kiezer en gekozene.  
Doelgroep: de media en alle kiesgerechtigden.  
Ongewijzigd.