

MEMO

Aan : Commissie Bestuur, Financiën en Economie
Van : Annette Dupree (SG) / Liesbeth Brouwer (COM)
Datum : 20 juli 2006
Onderwerp : Communicatie rondom verkiezingen 7 maart 2007

Communicatie rondom verkiezingen 7 maart 2007

De Provinciale Staten verkiezingen zijn in aantocht. Communicatie speelt daarbij een wezenlijke rol. Die communicatie zal voor een groot deel worden vormgegeven door de fracties, maar ook vanuit de gezamenlijke provincies en de Provincie Drenthe afzonderlijk.

Het Presidium heeft besloten aan te sluiten bij de gezamenlijke communicatieactiviteiten vanuit het IPO en niet een eigen op opkomstbevordering gerichte campagne op te zetten. In het onderstaande informeren wij u over de gezamenlijke IPO-initiatieven en werken we die activiteiten voor onze provincie verder uit. En daarnaast doen we een aantal suggesties voor aanvullende communicatieacties.

Gezamenlijke communicatie vanuit het IPO

Inleiding

In IPO-verband is in eerste instantie geprobeerd een gezamenlijke strategie te ontwikkelen om de provincies als middenbestuur beter te profileren in de aanloop naar de verkiezingen. Hier bleek bij de meerderheid van de provincies geen behoefte aan te bestaan. Vervolgens is besloten in te zetten op praktisch samenwerken op drie hoofdpunten: stemwijzer, open dag en mediaregie. Het doel van deze middelen is om de kiezers te laten zien wat er te kiezen valt.

Stemwijzer

De Stemwijzer bleek bij de afgelopen verkiezingen voor kiezers een effectief instrument om hun keuze te bepalen. De Stemwijzer wordt samengesteld door het IPP (Instituut voor Publiek en Politiek). De input moet komen vanuit de fracties. De stemwijzer gaat een maand van te voren on line. De Stemwijzer is alleen bedoeld om kiezers te helpen bij het maken van hun keuze. Het is geen instrument om verkiezingsuitslagen te voorspellen.

Communicatie rondom de Stemwijzer

* Gezamenlijke radiospot

De gezamenlijke radiospots (in IPO verband) zijn gericht op het onder de aandacht brengen van de Stemwijzer. Deze worden landelijk ingezet. Door het kiezen van een goede mix van zenders kan zeer kostenefficiënt worden gewerkt. De spot zal worden uitgezonden via de publieke regionale omroepen (gedurende 3 weken, 6 à 7 keer per dag). Ook wordt beperkt gebruik gemaakt van landelijke zenders.

Daarnaast zal de stemwijzer regionaal met eigen middelen onder de aandacht moeten worden gebracht om te zorgen dat zoveel mogelijk potentiële kiezers op de hoogte zijn van de Stemwijzer.

* Kick off

Om aan de kiezer bekend te maken vanaf wanneer en dat de stemwijzer on line is, dient hier een startmoment voor te worden gekozen. Bij de uitwerking worden de fracties nauw betrokken.

*** Publiciteit in looptijd**

Om de kiezer op het gebruik van de stemwijzer te blijven attenderen moet op een aantal momenten aandacht aan de stemwijzer worden gegeven. Diverse middelen kunnen worden ingezet, bijvoorbeeld adverteren in regionale bladen, aandacht op de eigen website en zo mogelijk op de site van de fracties.

Gezamenlijke open dag

De gezamenlijke provincies hebben besloten dat in elke provincie op hetzelfde moment een open dag wordt georganiseerd. Dit versterkt de publieke aandacht. De open dag wordt gehouden op zaterdag 3 maart. De invulling van de open dag en de verdere regionale publiciteit wordt door de provincies zelf georganiseerd.

De rol van de open dag is een wat andere dan die van de overige middelen (die vooral zijn gericht op het laten zien van wat er te kiezen valt). De open dag is er veel meer op gericht te tonen wat het werk van de provincie inhoudt.

Voorstel daarbij is dat de thema's die tijdens die dag worden gepresenteerd door de fracties worden aangedragen. De productgroepen geven de thema's vorm en verzorgen de inhoud van de open dag. De publiciteit daaromheen moet ook door de provincie worden ingevuld. Te denken valt aan advertenties, posters en uitnodigingen.

Mediaregie

Het is voor individuele provincies lastig om landelijke aandacht te genereren. Gezamenlijk heeft dit meer kans door gerichte inhoudelijke mediabediening met artikelen op basis van de actualiteit en door provincies aan te dragen issues. De voorbereiding gebeurt in IPO-verband met inzet van de communicatie-adviseurs uit de provincies.

Overige communicatieactiviteiten

In aanvulling op de bovengenoemde activiteiten zijn er allerlei mogelijkheden en momenten om de verkiezingen onder de aandacht te brengen. We zetten die momenten hierbij op een rijtje, zodat een keuze kan worden gemaakt ze al dan niet te ontwikkelen of te benutten.

De commissie BFE wordt gevraagd om aan te geven welke van de onderstaande activiteiten zouden moeten worden opgepakt en uitgewerkt.

Politieke fora

Provinciale Staten organiseren nu al het politiek forum in het kader van Woensdag Statendag. Dit forum kan in de aanloop naar de verkiezingen steeds nadrukkelijker het karakter van verkiezingsforum krijgen. Het Politiek Forum wordt het komende halfjaar in een gewijzigde opzet voortgezet. Een voorstel daartoe wordt separaat voorgelegd. De idee daarbij is dat aansluiting wordt gezocht bij bestaande evenementen en organisaties in de provincie en bovendien de fora op locatie te laten plaatsvinden. Die vorm maakt de fora ook geschikt om ze in de aanloop naar de verkiezingen in te zetten.

Aftrap

Hoewel we geen officiële verkiezingscampagne houden, is het als moment voor het genereren van free publicity te overwegen om een kick-off moment te kiezen voor de start van de fractiecampagnes. De nieuwjaarsreceptie van de provincie zou daarvoor een gelegenheid kunnen zijn.

Website

Op het moment dat kiezers informatie zoeken over de provincie en de provinciale verkiezingen zullen ze die m.n. zoeken op de sites van de provincie. De websites dienen hier op ingericht te zijn. Dat betekent dat informatie over verkiezingen, fracties, kandidaten etc. gemakkelijk via deze sites toegankelijk moet zijn.

De fracties kunnen zelf een rol spelen in het interactiever maken van de site door bijvoorbeeld weblogs te koppelen.

Een verkiezingenkalender met allerlei activiteiten van de verschillende fracties kan ook onderdeel uitmaken van de website. Dit biedt voor bezoekers van de site in een oogopslag handige informatie. Inhoudelijke informatie zal door de fracties moeten worden aangeleverd.

Verkiezingsavond

Geen verkiezingen zonder verkiezingsavond! Ongetwijfeld willen de fracties dat de uitslagen bekend gemaakt worden. Andere jaren werd dit gezamenlijk en in samenwerking met RTV Drenthe georganiseerd in het provinciehuis.

Free publicity

Vanaf de aftrap zijn er verschillende momenten en activiteiten waar de verkiezingen onder de aandacht kunnen worden gebracht voor met name regionale media. Dit zijn onder meer:

- 23 januari 2007: bekend making kieslijsten
- begin februari 2007; aftrap stemwijzer

Het aantal momenten kan naar aanleiding van de actualiteit worden uitgebreid.

Jongerenactiviteiten

Nieuwe kiezers kunnen als een aparte doelgroep in de communicatieactiviteiten voorafgaand aan de verkiezingen benaderd worden. Een aparte benadering van jongeren kan in samenwerking met de Jeugdraad worden uitgewerkt en georganiseerd.

Vraag aan de Commissie: is een aparte benadering van jongeren gewenst?

en zo ja, moet die gericht zijn op:

- opkomstbevordering
- vergroten kennis van het werk van de provincie
- platform voor fractiecampagnes

Streamer onder alle uitingen

Een eenvoudige manier om de verkiezingen telkens onder de aandacht te brengen, is onder alle uitingen (brieven, websites, mail, advertenties) vanuit de provincie en fracties een verkiezingslogo te plaatsen.

Organisatie en kosten

De communicatie rondom de verkiezingen wordt georganiseerd en ondersteund door de Statengriffie en de Stafgroep Communicatie. Daarnaast wordt voor verschillende onderdelen een beroep gedaan op fracties en product- en stafgroepen binnen de provincie.

Voor verschillende onderdelen is nog niet in te schatten welk beslag ze op mensen en middelen zullen leggen. Met name de Open Dag, de Stemwijzer en de verkiezingsavond zullen veel tijd kosten.

Het budget voor de gezamenlijke IPO-activiteiten en de uitwerking daarvan is € 65.000,-.
De kosten voor de overige communicatieactiviteiten kunnen, zodra een keuze is gemaakt, per onderdeel worden begroot.