

Brief van Werkgroep Opkomstbevordering

GRIFFIE

POSTBUS 9900
1201 GM HILVERSUM
BEZOEKADRES:
DUDOKPARK 1

DATUM 4 juni 2024
BEHANDELD DOOR Menno Bouw
TELEFOON 035 629 2865

BETREFT Advies Werkgroep Opkomstbevordering: 'Verbetering op komst?!'

Geachte raads- en commissieleden, in het bijzonder de deelnemers aan de commissie Bestuur & Economie,

De opkomst bij de gemeenteraadsverkiezingen van maart 2022 was in heel Nederland laag. Ook in Hilversum kwam slechts 50,8 procent van de kiesgerechtigden naar de stembus. Daarom stelde de raad met de motie Verkiezingsopkomst een werkgroep in die aan de slag ging met de in de motie geformuleerde opdracht. Deze werkgroep heeft inmiddels een advies opgesteld, waarover op 28 mei is gesproken in het presidium. Hierbij bieden wij u ook het advies 'Verbetering op komst?!' aan.

Het presidium was over het algemeen positief over de aanbevelingen en heeft daarnaast gesproken over het vervolgproces. Hoewel in de motie werd opgeroepen om de opgedane inzichten en aanbevelingen te rapporteren naar de commissie Bestuur & Economie, werd voorgesteld daarvan af te wijken. Aangezien de Voorjaarsnota volgende week in de raadsvergadering wordt besproken, is het namelijk passender om het advies van de Werkgroep Opkomstbevordering daarbij te betrekken. Bij de voorjaarsnota zal een aantal raadsleden daarom een motie indienen waarmee de raad zich kan uitspreken over de verdere invulling die wordt gegeven aan de aanbevelingen, en een amendement om de financiële consequenties daarvan te verwerken in de Voorjaarsnota.

Met vriendelijke groet,

namens de werkgroep Opkomstbevordering,

S.J. Hexspoor, voorzitter

Bijlage: Advies Werkgroep Opkomstbevordering: 'Verbetering op komst?!'

Verbetering op komst?!

Advies Werkgroep Opkomstbevordering



Werkgroep Opkomstbevordering

Kees Bakker

Jacobine van Exel - van Dijk

Tijn Hekkelman

Sebastiaan Hexspoor

Carolien Jansson

Harmen Lindeboom

Hilversum, 21 mei 2024

Inhoudsopgave

Inleiding		pagina 2
1. Literatuuronderzoek		pagina 3
2. Veldonderzoek		pagina 6
3. Aanbevelingen		pagina 8
Bijlagen		pagina 13

Inleiding

De opkomst bij de gemeenteraadsverkiezingen van maart 2022 was in heel Nederland laag. Ook in Hilversum kwam slechts 50,8 procent van de kiesgerechtigden naar de stembus. Daarom besloot de raad op 21 september 2022 in de Motie Verkiezingsopkomst (zie bijlage 1) om de opkomst te laten analyseren en evalueren door een werkgroep. In de opdracht heeft de raad deze werkgroep een aantal aandachtspunten meegegeven: landelijke bevindingen met betrekking tot de verkiezingsopkomst en het vertrouwen in de politiek, mogelijke oorzaken van de lokale verschillen in opkomst (op wijkniveau, leeftijd en eventueel andere factoren) en mogelijke verbeterpunten voor de gemeenteraadsverkiezingen van 2026.

De werkgroep Opkomstbevordering die met deze opdracht aan de slag is gegaan bestaat uit vier raadsleden (Jacobine van Exel – van Dijk, Sebastiaan Hexspoor, Carolien Jansson, Harmen Lindeboom) en twee commissieleden (Kees Bakker en Tijn Hekkelman), aangevuld met de burgemeester, de gemeentesecretaris, de griffier, een raadsadviseur en ambtenaren van Publiekszaken en Communicatie. In een procesplan is vastgelegd op welke manier zij de opdracht uitvoeren (zie bijlage 2).

Dit advies gaat in **hoofdstuk 1** eerst in op wat er al bekend is vanuit de literatuur en landelijke onderzoeken naar verkiezingsopkomst, waarbij de focus ligt op de doelgroepen jongeren, praktisch geschoolden en mensen met een andere culturele achtergrond. Vervolgens wordt in **hoofdstuk 2** de vertaalslag gemaakt naar Hilversum aan de hand van veldonderzoek. Tot slot worden in **hoofdstuk 3** aanbevelingen geformuleerd voor de volgende gemeenteraadsverkiezingen.

1. Literatuuronderzoek

De Werkgroep Opkomstbevordering is met de opdracht uit de Motie Verkiezingsopkomst aan de slag gegaan door allereerst te onderzoeken welke informatie al bekend is over verkiezingsopkomst in gemeenten. Daarvoor zijn veel evaluaties, rapporten en onderzoeken verzameld. De leden van de werkgroep hebben deze vervolgens verdeeld zodat minstens twee personen naar elk document zouden kijken. Daarbij is aan de hand van het gedragsmodel van Balm per document antwoord gegeven op de volgende vragen:

- Is er vertrouwen? (openstaan)
- Is er voldoende kennis (begrijpen)
- Is er gevoel van urgentie? Is er interesse (willen)
- Zijn er fysieke obstakels? (kunnen)
- Gaat iemand stemmen? (doen)
- Gaat iemand vaker stemmen (blijven doen)

Een overzicht van de bestudeerde rapporten (inclusief enkele evaluatierapporten uit Hilversum) en een samenvatting daarvan is te vinden in bijlage 3. In dit hoofdstuk worden de belangrijkste punten uitgelicht.

Algemeen

In het algemeen geldt dat gebrek aan vertrouwen in de politiek een belangrijke reden is dat mensen niet gaan stemmen. Daarbij wordt de lokale politiek ook afgerekend op landelijke ontwikkelingen. Daarnaast blijkt gebrek aan informatie een reden te zijn voor mensen om niet te gaan stemmen. Men weet niet wat de gemeente doet en wat de invloed van hun stem is, en voelt zich daardoor niet gemotiveerd om te stemmen. Dit is naast een gebrek aan informatievoorziening te wijten aan beperkte lokale media-aandacht. Ook praktische zaken zoals ziekte, weersomstandigheden, het aantal stembureaus en fysieke of mentale beperkingen van inwoners zijn redenen waarom mensen niet gaan stemmen. Tot slot zijn er ook nog mensen die simpelweg geen interesse hebben in de gemeente(politiek). De focus in het advies ligt op de aspecten waar de gemeente wel invloed op heeft: vertrouwen, informatievoorziening en de praktische zaken die de gemeente kan beïnvloeden.

Naast deze algemene redenen worden drie specifieke doelgroepen genoemd bij wie de opkomst lager is dan gemiddeld: jongeren, mensen met een andere culturele achtergrond en praktisch geschoolden. Wat de literatuur daar over zegt wordt hieronder beschreven.

Jongeren

Veel jongvolwassenen (voor het gemak noemen we deze groep in de rest van het rapport 'jongeren') voelen zich maar beperkt verbonden met de gemeente. Deze groep is vaak ondervertegenwoordigd in de gemeenteraad, waardoor ze zich niet herkennen in politici. Bovendien leeft de politiek niet in hun omgeving, en als er al interesse is in de politiek dan richt zich dit op de nationale politiek. Verder blijkt dat de informatievoorziening (rondom verkiezingen en in het algemeen) niet aansluit bij de leefwereld van jongeren. Ze hebben een voorkeur voor online en inhoudelijke informatie. Tot slot worden er praktische redenen genoemd die ervoor zorgen dat jongeren niet gaan stemmen. Als het de eerste keer is dat iemand mag stemmen weten ze niet altijd goed hoe het werkt, waardoor ze hun stempas of legitimatiebewijs vergeten en hun stem niet mogen uitbrengen. Ook komt het regelmatig voor dat jongeren op een ander adres verblijven dan waar ze staan ingeschreven, waardoor ze de post met hun stempas missen.

Mensen met een andere culturele achtergrond

De literatuur zegt dat mensen met een andere culturele achtergrond ervaren dat de politiek keuzes maakt in hun nadeel. Ze hebben vaak het gevoel uitgesloten te worden en niet goed vertegenwoordigd te zijn. Deze afstand tot de politiek maakt dat veel van hen niet stemmen. Ook gebrek aan kennis van de politiek is een reden voor deze doelgroep om niet te gaan stemmen. Het aantal niet-stemmers is met name hoog bij mensen die het Nederlands (nog) niet goed beheersen.

Praktisch geschoolden

Een deel van de mensen met een praktische opleiding heeft het gevoel dat de (landelijke) politiek keuzes maakt in hun nadeel en geen verantwoordelijkheid neemt voor de keuzes die ze nemen. Ze zijn daardoor kritisch ten opzichte van de politiek en denken dat hun stem geen invloed heeft. Het gevoel bij de landelijke politiek straalt daarbij af op de lokale politiek. Verder blijkt uit de literatuur dat politiek vaak niet leeft bij praktisch geschoolde mensen. Tot slot komt in de bestudeerde rapporten naar voren dat deze doelgroep het idee heeft dat de lokale politiek niet urgent is, hun beeld is dat de gemeenteraad geen belangrijke beslissingen neemt.

Top 10 suggesties uit de literatuur

Uit het literatuuronderzoek konden 25 suggesties gedestilleerd worden (zie bijlage 3). De werkgroep heeft hierin focus aangebracht en de volgende top 10 gemaakt van de belangrijkste suggesties. Deze suggesties uit de theorie zijn meegenomen bij de vragen die gesteld zijn in het veldonderzoek en bij het formuleren van de aanbevelingen voor Hilversum.

1. Laat de doelgroep zelf vertellen en spreken over de lokale politiek en verkiezingen; faciliteer en organiseer het gesprek in de stad, partijen schuiven aan.
2. Stimuleer aandacht en discussie voor maatschappelijke vraagstukken in ondervertegenwoordigde delen van de stad, om kennis en interesse te bevorderen.
3. Maak meer gebruik maken van wijkcentra in wijken en buurten om politiek onder de aandacht te brengen.
4. Blijf gebruik maken van een digitale stembulp. Stuur gebruikers van deze stembulp herinneringsberichten om te gaan stemmen.
5. Zet als gemeente onderzoek in om te identificeren welke factoren specifiek in de eigen gemeente een sterke invloed uitoefenen op de opkomst bij gemeenteraadsverkiezingen. En na de verkiezingen onderzoek doen om te beoordelen of ingezette instrumenten het beoogde effect hebben gehad.
6. Investeer ongelijk in het betrekken van achtergestelde groepen; 'ongelijk behandelen om gelijkheid te bevorderen'.
7. Maak werk van de vertegenwoordiging van ondervertegenwoordigde groepen, zowel binnen politieke vertegenwoordiging als in andere processen zoals participatietrajecten.
8. Blijf de cursus 'Politiek voor inwoners' de komende jaren op regelmatige aanbieden, al dan niet samen met buurtgemeenten.
9. Scholen zijn plekken om veel jongeren te bereiken, mogelijk een manier om stemmen en lokale politiek belangrijk te maken, dit is echter iets dat ieder jaar zou moeten gebeuren om effect te blijven hebben. Organiseer gastlessen met politici op scholen.
10. Investeer in zelforganisaties, die toegang hebben tot de doelgroep. Erken dat deze organisaties autonoom zijn, geef hen ruimte en vertrouwen om zelf te bedenken welke aanpak met betrekking tot opkomstbevordering bij de groepen die zij kennen past.

In een aantal van deze suggesties zit een oproep aan de gemeenteraad in den brede om tekst en uitleg te geven over het functioneren van de gemeentepolitiek. Om als gemeenteraad hier politiek neutraal invulling aan te kunnen geven zou een samenwerking vormgegeven kunnen worden, bijvoorbeeld zoals de Audit- rekeningcommissie. Het inrichten van een dergelijke groep is daarmee aanvullend aanbeveling van deze werkgroep. Zie voor een verdere uitwerking ook hoofdstuk 3.

2. Veldonderzoek

Op basis van de uitkomsten van het literatuuronderzoek is de Werkgroep Opkomstbevordering in groepjes Hilversum ingegaan om te toetsen of de gevonden resultaten in Hilversum herkend worden. Ook hierbij is gebruikgemaakt van het Model van Balm. Dit hoofdstuk gaat in op de resultaten van dat veldonderzoek aan de hand van gesprekken die zijn gevoerd met de verschillende doelgroepen. Daarnaast maakt een analyse van de opkomstcijfers per wijk onderdeel uit van dit hoofdstuk.

Jongeren

Bij Pizza en Politiek zijn gesprekken gevoerd over het bereiken van jongeren. Daaruit kwamen de volgende conclusies:

1. Gesprekken voeren *met* de jongeren leidde tot veel positieve reacties:
 - er is wederzijdse belangstelling;
 - jongeren hebben een open houding;
 - jongeren hebben een mening, waar ze graag over praten;
 - "Praat niet over ons, maar met ons";
2. Gebruik toegankelijke taal in het gesprek met jongeren:
 - gebruik geen vakjargon of moeilijke taal;
 - gebruik taal die laagdrempelig is;
3. Help jongeren om door te vragen:
 - als een gesprek stopt, is dat geen gebrek aan belangstelling, maar ondeskundigheid op het onderwerp;
 - besteed aandacht aan verwachtingen;
 - besteed aandacht aan de relatie, voor de inhoud in te gaan;
4. Wacht niet af, ga ernaartoe:
 - organiseer bezoeken van raadsleden aan scholen;
 - organiseer bezoeken van raadsleden aan jongerencentra;
 - stimuleer de fracties om dergelijke bezoeken af te leggen in campagnetijd;
 - geef uitleg en informatie over het werk en de verantwoordelijkheid van de gemeente;
5. Bereikbaarheid van raadsleden en commissieleden beter bekend maken:
 - zichtbaarheid en vindbaarheid op de website van de gemeente promoten;
 - werken aan informatie over die vindbaarheid en bereikbaarheid, specifiek toegepast op jongeren;

Mensen met een andere culturele achtergrond

Bij Lopes Dias zijn gesprekken gevoerd over het bereiken van mensen met een andere culturele achtergrond. Daaruit kwamen de volgende conclusies:

1. Werk aan vertrouwen:
 - mensen met een niet-westerse achtergrond hebben het idee dat er niet naar hen wordt geluisterd door de politiek;
 - het idee leeft dat beloftes niet worden nagekomen;
 - in Noordoost vragen bewoners zich af of de lokale politiek wel genoeg doet voor de wijk;
2. Zorg voor betere communicatie:
 - mensen begrijpen de communicatie over de verkiezingen niet, omdat er moeilijke Nederlandse woorden worden gebruikt, gebruik daarom gewone taal;
 - meer flyers met uitleg gewenst, bijvoorbeeld met pictogrammen in plaats van veel tekst;

3. Maak politiek toegankelijker:

- men begrijpt niet goed waarover de verkiezingen gaan;
- mensen hebben het idee dat hun stem niet uitmaakt;
- mensen geven aan dat politici niet op hen lijken, waardoor ze een afstand voelen;
- politici verschijnen alleen tijdens verkiezingstijd in de wijken, daarom geven mensen aan dat het wellicht kan helpen als er eens in de wijken wordt vergaderd of als de politici zich laten zien bij activiteiten zoals het ramadan zaalvoetbaltoernooi;
- men weet niet wat een gemeente doet voor de inwoners, het beeld leeft dat politiek saai en ingewikkeld is, waardoor er geen interesse voor is;

Praktisch geschoolden

Voor de doelgroep praktisch geschoolden is veel overlap met de andere groepen.

1. Communiceer in begrijpelijke taal:

- praat met mensen in voor hen begrijpelijke taal;

2. Maak de politiek toegankelijker:

- er is een gebrek aan herkenbare mensen in de politiek, sleutelfiguren die het verhaal kunnen overbrengen;
- het is niet duidelijk waar de gemeenteraadsverkiezingen precies over gaan;

3. Werk aan vertrouwen:

- veel mensen zijn afgehaakt en gedesillusioneerd, er lijkt maar een kleine groep te zijn die mee wil doen;

4. Ga naar de mensen toe:

- het is moeilijk om deze doelgroep te bereiken, want ze komen niet op een specifieke plek samen;

Een aanvullende uitdaging is dat deze doelgroep in tegenstelling tot de andere doelgroepen minder duidelijk vindbaar is in bestaande netwerken.

Algemeen

Het algemene beeld uit het veldonderzoek is dus als volgt samen te vatten:

1. Ga naar de mensen toe om politiek zichtbaarder te maken;
2. Zorg dat informatie laagdrempelig is;
3. Maak duidelijk waar de verkiezingen over gaan.

Hier is een overlap te zien met drie punten uit het model van Balm:

1. Is er vertrouwen? (openstaan)
2. Is er voldoende kennis? (begrijpen)
3. Is er gevoel van urgentie? Is er interesse? (willen)

Analyse opkomstcijfers

Uit een analyse van de opkomstcijfers per wijk blijkt dat de opkomst met name in Oost en Noordoost erg laag is. Opvallend is dat in deze wijken minder stembureaus per 1000 kiezers zijn dan in de andere wijken (zie bijlage 4). Uit demografische gegevens blijkt dat juist in Oost en Noordoost de doelgroepen 'mensen met een andere culturele achtergrond' en 'praktisch geschoolden' oververtegenwoordigd zijn ten opzichte van het gemiddelde van Hilversum.

Dit sluit aan bij een vierde punt uit het model van Balm:

4. Zijn er fysieke obstakels? (kunnen)

3. Aanbevelingen

Aan de hand van het literatuuronderzoek en het veldonderzoek is de Werkgroep Opkomstbevordering in gesprek gegaan over mogelijke aanbevelingen. In dit hoofdstuk wordt beschreven met welke maatregelen de opkomst bij de volgende gemeenteraadsverkiezingen mogelijk kan worden verhoogd. Hierbij wordt in eerste instantie onderscheid gemaakt tussen aanbevelingen voor het college en voor de gemeenteraad, en tussen permanente maatregelen en specifieke maatregelen rondom de gemeenteraadsverkiezingen. Daarbij is het van belang om goed samen te werken, door los van politieke overtuigingen op inhoud samen te werken.

De Werkgroep Opkomstbevordering is zich er van bewust dat vooral aanbevelingen voor de politiek kunnen schuren met – of in conflict kunnen komen met – de eigen politieke ambities of strategieën van de diverse politieke partijen in Hilversum. Om dit te voorkomen, heeft de Werkgroep Opkomstbevordering naast specifieke aanbevelingen aan het einde van dit hoofdstuk ook een meer out-of-the-box aanbeveling voor zowel de gemeenteraad als het college.

	<i>Gemeenteraad</i>	<i>College</i>
<i>Permanent</i>	3.1	3.3
	Breng netwerken in kaart om die beter te bereiken	Heb permanent aandacht voor toegankelijkheid, zodat iedereen zich gehoord voelt
	Blijf in gesprek met inwoners om de kloof te verkleinen	Kom meer in contact met (specifieke groepen) inwoners
<i>Rondom verkiezingen</i>	3.2	3.4
	Heb als politieke partij aandacht voor representatie	Maak stemmen makkelijker door het regelen van extra stembureaus
	Zorg voor zichtbaarheid op scholen en bij bestaande netwerken	Communiceer in eenvoudige taal

3.1 Permanent + gemeenteraad

Om de kloof tussen inwoners en de politiek te verkleinen is het van belang om blijvend in gesprek te gaan. Daarom bevelen we het volgende aan:

1. Breng in kaart welke netwerken nog niet worden bereikt door de gemeenteraad (bijvoorbeeld door middel van de reeds bestaande sociale kaarten). Daarmee kan de raad vervolgens aan de slag om die netwerken wel te gaan bereiken.
 - Wijkregisseurs en opbouwwerkers hebben zicht op de verschillende doelgroepen en weten waar aansluiting mogelijk is. Maak daar gebruik van. Zet hierbij vooral in op de wijken en doelgroepen die in het tweede hoofdstuk naar voren zijn gekomen.
 - Hoe bereiken we mensen die we nu nog niet bereiken? Het is lastig om niet alleen de 'usual suspects' te bereiken. Die kunnen echter wel gebruikt worden als ambassadeurs, om zo ook anderen te bereiken.
2. Blijf als raad vervolgens in gesprek met inwoners om de kloof te verkleinen en meer duidelijkheid te geven over het belang van de gemeente(politiek). Het is daarbij van belang om het contact algemeen te houden: niet de politieke standpunten van een partij uitdragen (dat kan in de campagne voor de verkiezingen weer), maar algemeen blijven.
 - Creëer een werkgroep vanuit de raad die samen met de griffie in gesprek is om uitvoering te geven aan deze aanbeveling. Hierbij kan werk van werk gemaakt worden door het te combineren met de uitvoering van het communicatieplan van de gemeenteraad.
 - Vraag het college de avond voor nieuwe inwoners van Hilversum te herintroduceren. Sluit daarbij als gemeenteraad bij aan om de nieuwe inwoners te informeren over de gemeente(politiek).

3.2 Rondom gemeenteraadsverkiezingen + gemeenteraad

Rondom de gemeenteraadsverkiezingen is vooral zichtbaarheid erg belangrijk. Daarbij passen de volgende aanbevelingen:

1. Heb als politieke partij aandacht voor representatie bij het samenstellen van de kandidatenlijsten. (Dit is een appèl aan de partijen, hieruit vloeien verder geen acties voort.)
 - Als de lijsten divers zijn, met mensen van verschillende culturele achtergronden, met verschillende opleidingsniveaus, verschillende leeftijden, etc. zullen inwoners zich zelf eerder herkennen in één van de kandidaten en daardoor sneller geneigd zijn te gaan stemmen.
2. Zorg voor zichtbaarheid op scholen en bij bestaande netwerken.
 - Hoewel een groot deel van de mbo-ers en middelbare scholieren nog niet mag stemmen, zijn zij wel de stemmers van de toekomst. Bovendien heeft het effect als leerlingen thuis vertellen over hun ervaring met de gemeenteraad. Zo kunnen immers ouders bereikt worden die anders niet bereikt zouden worden.
 - Het is moeilijk om plekken aan te wijzen waar veel niet-stemmers samenkomen. Om anderen dan de 'usual suspects' te bereiken, moeten ook andere vormen gezocht worden dan verkiezingsdebatten. Aan het einde van dit hoofdstuk volgt daarvoor een suggestie.

3.3 Permanent + college

In het beeld van veel inwoners zijn de gemeenteraad en de ambtelijke organisatie hetzelfde: "de gemeente". Ook de organisatie kan dus werken aan het vertrouwen in de overheid, waardoor mensen op basis van bevestigd vertrouwen eerder geneigd zullen zijn te gaan stemmen. De volgende aanbevelingen kunnen daarbij worden geformuleerd:

1. Heb permanent aandacht voor toegankelijkheid, zodat iedereen zich gehoord voelt en het gevoel heeft mee te kunnen doen.
 - Veel groepen voelen zich niet goed begrepen door de gemeente. Heb daarom permanent aandacht voor de in dit rapport besproken doelgroepen: de praktisch gescholden, de jongeren en de mensen met een andere culturele achtergrond. Weet wat er leeft in deze groepen en in hun leefomgeving zodat daar op ingespeeld kan worden; ongelijk investeren voor gelijke kansen. Zet daarbij in op de plekken waar mensen elkaar kunnen ontmoeten buiten hun thuis- en werksituatie om (zogenaamde 'third places', zoals kerken, moskeeën, buurthuizen, feestlocaties, maar ook openbare plekken zoals parken).
 - Nodig de benoemde doelgroepen actief uit bij participatietrajecten en besteed daar ook aandacht aan bij het opstellen van de participatieverordening. Zorg daarnaast voor een goede terugkoppeling over genomen besluiten, communiceer ook waarom inbreng niet wordt meegenomen. De werkgroep juicht elk initiatief toe waarbij terugkoppeling onderdeel uitmaakt van de dialoog met inwoners.
2. Kom meer in contact met inwoners, vooral met de benoemde doelgroepen en in de wijken waar de opkomst laag is.
 - Sluit aan bij activiteiten die worden georganiseerd of organiseer zelf een activiteit (samen met de gemeenteraad) om in contact te komen met inwoners. Maak dan laagdrempelig contact, maar creëer ook meer begrip over hoe de gemeente(politiek) werkt.
 - Neem bij externe activiteiten waar een collegelid naartoe gaat ook een raadslid mee als de situatie dat toelaat. Maak van die gelegenheid gebruik om duidelijk te maken wat de taakverdeling is tussen de raad en het college.

3.4 Rndom gemeenteraadsverkiezingen + college

Rndom de verkiezingen is de ambtelijke organisatie bij veel praktische zaken afhankelijk van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. Aanpassen van de openingstijden van de stembureaus of het eenvoudiger maken van stembiljetten is bijvoorbeeld zeer beperkt mogelijk. Toch zijn er enkele zaken waar de gemeente wel invloed op heeft. Daarom bevelen we het volgende aan:

1. Maak stemmen makkelijker op plekken waar de opkomst laag is, door het regelen van extra stembureaus.
 - Dit geldt vooral voor de wijken Oost en Noordoost. Het blijkt dat veel locaties daar niet mee willen werken, maar dat is wellicht op te lossen door gebruik te maken van mobiele stemlocaties.
 - Ook door stembureaus op scholen, buurthuizen en moskeeën wordt de drempel om te gaan stemmen voor veel groepen verkleind.
2. Communiceer in eenvoudige taal.
 - De organisatie doet al veel aan eenvoudige communicatie. Een extra suggestie is het toevoegen van een flyer bij de stempas waarin in pictogrammen wordt uitgelegd hoe stemmen werkt.
 - Maak in de communicatie ook duidelijk dat stemmen op alle stembureaus in de gemeente mag en niet alleen het stembureau wat op de oproep staat.
 - Zorg ervoor dat opkomst bevorderende instrumenten zoals de verkiezingskrant, Kieskompas en Stemwijzer in gewone taal worden geschreven. (Deze aanbeveling is met name voor de griffie, maar voor het gemak zijn alle aanbevelingen over eenvoudige communicatie hier bij elkaar geplaatst.)

3.5 Aanbeveling 'Week van de lokale politiek'

Wanneer de Werkgroep Opkomstbevordering de aanbevelingen die na grondig onderzoek naar voren zijn gekomen bekijkt zien we veel mooie aanknopingspunten om mee aan de slag te gaan. Er is overlap met het werk dat de afgelopen jaren is verricht, zoals een verkiezingskrant in gewone taal, wijkdebatten, naar de scholen toegaan, etc. Dit heeft toch nog niet geresulteerd in een hogere opkomst, dus naast de hierboven geformuleerde aanbevelingen is het wellicht nodig iets extra's te doen. Alle doelgroepen geven aan: kom het ons vertellen, kleinschalig, op onze plek, in onze taal. Dat is op doelgroep niveau bijna niet uitvoerbaar. Wat zou wél een schaalbare oplossing kunnen zijn? En hoe kunnen we dit als gehele raad aanpakken, zonder dat we elkaars politieke ambities in de weg zitten? (Vooral in campagnetijd is er immers sprake van een gezonde competitie.) Hoe kunnen we, als raad in het bijzonder en als gemeente in het algemeen, de verkiezingsopkomst écht structureel bevorderen met een vliegwieleffect?

Om bewoners op permanente basis meer te betrekken, adviseren wij om een extern marketingbureau in te schakelen om in samenwerking met een werkgroep vanuit de gemeenteraad een jaarlijkse week van de lokale politiek te organiseren. Een hele week in de ban van de lokale politiek. Denk bijvoorbeeld aan:

- De hele stad hangt vol met aantrekkelijke posters met lokale vraagstukken.
- Er is een Lagerhuisdebat tussen raadsleden en inwoners.
- Er is een simulatie van een grote bestuurscrisis en middelbare scholieren moeten dit oplossen o.l.v. Raadsleden.
- Er is een 'Dragon's Den' in Mout waarbij de beste ideeën voor Hilversum € 1.000,- krijgen. De burgemeester, een wethouder en een aantal raadsleden vormen de jury.
- Men kan een dag meelopen met burgemeester of wethouder winnen.
- De hele stad krijgt een voorlichtingspamflet in de bus waarin alle partijen en het college worden voorgesteld met een eenvoudige weergaven van hoe lokale politiek werkt.

Het is verstandig om dit te doen in de week van 15 september, aangezien dan ieder de jaar de dag van de lokale democratie wordt gevierd in heel Nederland. Op die manier kan de Hilversumse week van de lokale politiek mooi meeliften op de landelijke aandacht die er dan al is. Het voorstel van de Werkgroep Opkomstbevordering is om daarnaast rondom verkiezingen een maand van de lokale politiek te laten organiseren met aantrekkelijk gebrachte activiteiten voor alle doelgroepen, waarbij deze een wat ander karakter moeten krijgen gezien de politieke gevoeligheid richting verkiezingen.

Hoe nu verder?

Om de aanbevelingen uit dit advies verder te brengen adviseren wij ten eerste om een permanente werkgroep op te richten die ervoor zorgt dat er blijvend aandacht en energie is voor het onderwerp. Dit zou gecombineerd kunnen worden met een werkgroep Communicatie, naar aanleiding van het nog vast te stellen communicatieplan van de gemeenteraad.

Daarnaast adviseren wij om een samenwerking aan te gaan met een marketingpartner, waarbij de werkgroep functioneert als opdrachtgever en de griffie als contactpersoon. Het streven is om ondersteuning te vinden bij huidige samenwerkingspartners en binnen bestaande subsidierelaties. Afhankelijk van de uitkomst of dit tot de mogelijkheden behoort, zal aanvullend budget nodig zijn. Dit eventueel aanvullende budget zal naar schatting van de werkgroep zo'n €25.000-€45.000 per jaar zijn met een eventuele aanvulling van €25.000 in verkiezingsjaren. We adviseren daarom om €45.000 te reserveren in de begroting voor 2025 en een additionele €25.000 voor 2026.

Na de verkiezingen kan vervolgens geëvalueerd worden of het gewenste resultaat is bereikt en of het initiatief voort wordt gezet. De raad wordt gevraagd hierover een besluit te nemen op 10 juli 2024. Op die manier is er nog voldoende tijd voor de verwerking in de begroting.



**GROEN
LINKS**



M22/62

Motie Verkiezingsopkomst

De raad van de gemeente Hilversum in vergadering bijeen op 21 september 2022,

Constaterende dat:

- De verkiezingsopkomst voor de gemeenteraadsverkiezingen van maart 2022 in heel Nederland en helaas ook in Hilversum bedroevend laag was;
- In sommige wijken de opkomst nog veel lager was dan de helft, zoals in Hilversum Oost 1221 (35,9%) en in Hilversum Noordoost (24,9%), terwijl andere wijken zoals Noordwest een relatief hoge opkomst kennen (64%);¹

Overwegende dat:

- Hilversum ook stemgerechtigden kent met een taaldrempel, zoals oa laaggeletterden of expats, voor wie specifieke of aanvullende communicatie nodig kan zijn;
- Er intern vanuit de griffie en de organisatie meerdere evaluaties worden uitgevoerd, die belangrijk zijn om het proces en de communicatie voor volgende keer te verbeteren;
- Er veel tekenen zijn dat in heel Nederland ook het lage vertrouwen in de politiek gevolgen heeft gehad voor de opkomst;²
- Het wenselijk is om op weg naar de volgende verkiezingen integraal te kijken naar alle oorzaken voor de lage opkomst en mogelijke verbeteringen voor de toekomst;
- Er hierbij rollen zijn weggelegd vanuit meerdere verschillende perspectieven, zowel binnen de gemeente als de politiek.

Spreekt uit dat:

- de raad behoefte heeft aan een evaluatie en analyse van de opkomst bij de verkiezingen van maart 2022, waarbij de volgende punten worden meegenomen:
 - o Mogelijke verbeterpunten vanuit de organisatie met betrekking tot o.a. de toegankelijkheid, informatie en communicatie;
 - o Landelijke bevindingen met betrekking tot de verkiezingsopkomst en evt het vertrouwen in de politiek;
 - o Mogelijke oorzaken van de lokale verschillen in opkomst: op wijkniveau, leeftijd en evt andere factoren.
- een dergelijk onderzoek, uit te voeren door een werkgroep "Opkomstbevordering GR 26", moet leiden tot aanbevelingen, een plan van aanpak en de uitvoering daarvan in aanloop naar de volgende gemeenteraadsverkiezingen;
- het onderzoek dient te worden uitgevoerd onder de volgende voorwaarden/condities:
 1. de werkgroep bestaat uit de volgende personen of vertegenwoordigers:
 - Minimaal 4 raadsleden van verschillende politieke partijen
 - De burgemeester
 - De griffier en/of een vertegenwoordiger van de griffie
 - Vertegenwoordiger van Communicatie
 - Vertegenwoordiger van Publiekszaken
 - (evt) de gemeentesecretaris

¹ Zie tabel verkiezingsuitslag GR2022 in de bijlage

² "Wantrouwen in politiek reden van diepterecord opkomst gemeenteraadsverkiezingen" (ad.nl, 17 maart 2022)

2. het presidium bepaalt de samenstelling van de raadsleden die deelnemen aan de werkgroep
3. voorafgaande aan de werkzaamheden zal de werkgroep een voorzitter benoemen uit één van de deelnemende raadsleden en een procesplan opstellen;
4. de werkgroep wordt ondersteund door de griffier of een door hem aan te wijzen persoon of personen;
5. rapporteert in ieder geval de opgedane inzichten en aanbevelingen naar de raadscommissie Economie & Bestuur, en rapporteert daarnaast periodiek (minimaal eens per jaar) naar het presidium over de voortgang.
6. mocht er gaandeweg behoefte zijn aan extra capaciteit of budget, dan zal de werkgroep dit van tevoren overleggen met het presidium en eventuele extra lasten op de reguliere wijze (via de reguliere begrotingscyclus) aan de raad voorleggen;
7. de werkgroep zal na de verkiezingen in '26 een evaluatie uitvoeren met reflectie op het succes met betrekking tot het verbeteren van de opkomst in Hilversum;

en gaat over tot de orde van de dag.

Femke van Drooge
PvdA

Sebastiaan Hexspoor
GroenLinks

Harmen Lindenboom
D66





Opkomst stemmers per wijk

GR2022 Hilversum

Postcode	Wijk	Aantal gestemd	Aantal kiesgerechtigden	Opkomst
1218	De Meent	1775	3266	54,3
1217	Noord west	5398	8434	64,0
1211	Centrum	3212	3575	89,8
1216	Zuid-West	2613	5632	46,4
1214+1215	Zuid	9593	17614	54,5
1212+1213	Zuid-Oost	3041	5676	53,6
1221	Oost 1221	1657	4611	35,9
1223	Oost 1223	6056	11752	51,5
1222	Noord-Oost	2488	10003	24,9
Totaal		35833	70563	50,8

Bijlage:

Het aantal stemmen en de opkomstpercentage in de stembureaus per postcodegebied voor GR2022

M22/62	HvH	D66	VVD	GL	CDA	DI	PvdA	SP	CU	BVNL
V	33	5	7	5	4	4	3	2	2	1
T	3	2	0	0	0	0	0	0	0	1

tegen
Rijk Redmeyer

Aangetrokken R

Bijlage 2: procesplan

Doelstellingen en opdracht van de werkgroep

De doelstelling van de werkgroep is het bevorderen van de opkomst bij de gemeenteraadsverkiezingen in 2026.

De opdracht van de werkgroep bestaat uit vier onderdelen:

1. Analyse van de opkomst bij de gemeenteraadsverkiezingen in 2022.
2. Aanbevelingen formuleren om de opkomst bij de gemeenteraadsverkiezingen in 2026 te verhogen.
3. Opstellen van een plan van aanpak om de aanbevelingen uit te voeren.
4. Zorgdragen voor de uitvoer van het plan van aanpak en de evaluatie daarvan.

De werkgroep richt zich op het onderzoeken van oorzaak van de lage opkomst bij de gemeenteraadsverkiezingen in 2022 en richt zich daarbij op doelgroepen en buurten. Daarnaast zal de werkgroep breed kijken naar wat verschillende actoren, zoals gemeente en maatschappelijke organisaties, kunnen bijdragen aan het verhogen van de opkomst. Om dit te bereiken zal de werkgroep ook in gesprek gaan met experts en niet-stemmers.

Zaken die niet binnen de scope van de werkgroep vallen zijn de politieke aspecten zoals het analyseren van partijcampagnes, de grotere vraagstukken rondom betrokkenheid en specifieke doelstellingen met betrekking tot opkomstpercentages.

De werkgroep is tevreden als er met een goede analyse concrete interventies worden voorgesteld waar de gemeente mee aan de slag kan. Het verhogen van de opkomst bij de gemeenteraadsverkiezingen in 2026 is daarbij niet het enige meetbare resultaat. Er moet aan de voorkant goed over nagedacht worden hoe de effecten van interventies gemeten kunnen worden, mogelijk met behulp van concrete data en de hulp van een onderzoeker.

Werkwijze

Het is belangrijk om een kort en bondig plan op te leveren en daarbij deskresearch te doen en tot een set onderzoeksvragen te komen om te bepalen wat van toepassing is op Hilversum en welke informatie nog ontbreekt. Hiervoor kunnen veldonderzoek en expertisebijeenkomsten worden ingezet. Vervolgens worden interventies bepaald, waarbij gekeken wordt naar wat haalbaar en effectief is. De werkgroep staat daarbij ook stil bij praktische aanbevelingen op het gebied van informatievoorziening en communicatie.

De werkgroep gaat in groepjes van 2-3 personen aan verschillende thema's werken en bespreekt deze vervolgens tijdens een werkgroepvergadering om te kijken of er draagvlak voor is. Het doel is om tijdig aanbevelingen op te leveren, uiterlijk in het eerste kwartaal van 2024. Een plan van aanpak met de uitwerking van de aanbevelingen wil de werkgroep uiterlijk in het eerste kwartaal van 2025 opleveren, ruim op tijd voor de volgende gemeenteraadsverkiezingen in 2026. Daarbij moet iedere doelgroep met maatwerk benaderd worden. Welke groepen komen niet stemmen, wat kunnen we daaraan doen? Bijvoorbeeld doelgroepen op basis van:

- Leeftijd
- Culturele achtergrond
- Buurtkenmerken
- Opleidingsniveau

Per doelgroep wordt er gekeken naar factoren die van invloed zijn op het wel of niet gaan stemmen bij gemeenteraadsverkiezingen. Daarbij wordt het gedragsmodel van Balm gebruikt.

Model van Balm	Doelgroep A	Doelgroep B	Doelgroep C
<i>Open staan</i> (Is er vertrouwen?)			
<i>Begrijpen</i> (Is er voldoende kennis?)			
<i>Willen</i> (Is er gevoel van urgentie? Is er interesse?)			
<i>Kunnen</i> (Zijn er fysieke obstakels?)			
<i>Doen</i> (Gaat iemand stemmen?)			
<i>Blijven doen</i> (Gaat iemand vaker stemmen?)			

Planning

De werkgroep zal op hoofdlijnen de volgende stappen doorlopen:

Fase	Onderwerp	Vraag	Resultaat	Planning
0.	Start en opzet	Hoe richten we het proces in?	Procesplan	Mrt 2023
1.	Onderzoek theoretisch	- Wat kan de opkomst bij de gemeenteraadsverkiezingen in 2022 in Hilversum verklaren voor diverse doelgroepen? - Wat zijn mogelijke interventies uit de literatuur?	Theoretisch kader met: - deskresearch, waarbij ook landelijke bevindingen worden meegenomen - analyse van de opkomst bij de gemeenteraadsverkiezingen in 2022, - formulering van onderzoeksvragen	Q2 2023
2.	Onderzoek veld	- Wat is op Hilversum van toepassing? - Wat zou in Hilversum kunnen werken?	Bevindingen uit het veld tav theoretisch kader dmv interviews, Hilversumse monitor, expertbijeenkomsten.	Q3 2023
3.	Analyse	Welke interventies zijn haalbaar en effectief voor Hilversum?	Formulering werkzame doelen en interventies	Q4 2023
4.	Aanbevelingen	Wat zijn de aanbevelingen die we doen richting verschillende actoren?	Aanbevelingen en dilemma's bespreken in de commissie E&B	Q1 2024
5.	Uitwerking aanbevelingen en voorbereiding meting.	Op welke manier zorgen we dat de overgenomen aanbevelingen in de praktijk worden gebracht?	Plan van aanpak bespreken in presidium of commissie E&B (afhankelijk van uitkomsten)	2024

6.	Zorgdragen voor de uitvoering van het plan van aanpak			2024/2025
7.	Vorbereiding verkiezingen			2025/2026
8.	Evaluatie			2026

Het is belangrijk om te benadrukken dat dit een mogelijke planning is en dat de werkgroep in de praktijk waarschijnlijk tegen verschillende uitdagingen en obstakels zal aanlopen die het proces kunnen beïnvloeden. Het is daarom van belang dat de werkgroep flexibel is en de planning zo nodig aanpast om ervoor te zorgen dat er op tijd aanbevelingen/een plan van aanpak worden opgeleverd, uiterlijk in het eerste kwartaal van 2025.

Verantwoordelijkheden

- Het plan van aanpak is een coproductie van raadsleden/commissieleden en ambtenaren.
- Ambtenaren richten zich op het ondersteunen van het verkiezingsproces, het inbrengen van juridische expertise en het verspreiden van algemene verkiezingsinformatie onder de inwoners.
- Ambtenaren van Publiekszaken/Communicatie sluiten alleen aan bij de vergaderingen wanneer de agenda daar om vraagt.
- Griffiemedewerkers hebben een ondersteunende en adviserende rol en er is een vertegenwoordiger vanuit de griffie lid van de werkgroep.
- De burgermeester, griffier en gemeentesecretaris hebben een adviserende rol.

Communicatie

Voor de interne communicatie is er een appgroep aangemaakt waarin de werkgroep kan communiceren. De werkgroep maakt gebruik van lbabs voor het verzamelen en delen van informatie.

Hoe nemen we de raad hierin mee?

- Per fase wordt er een update aan het presidium gestuurd. En tenminste één keer per jaar wordt aan het presidium gerapporteerd over de voortgang.
- Aanbevelingen worden aangeboden aan de Commissie Economie en Bestuur.
- De lbabs map van de werkgroep wordt opengezet voor de hele raad/commissie, zodat zij bij de stukken kunnen ter informatie.

Kwaliteitsbewaking

- De werkgroep zal zoveel mogelijk naar bronnen verwijzen.
- In de werkgroep worden taken en activiteiten (bijvoorbeeld een interview) altijd door meerdere personen uitgevoerd.
- We hanteren bij het analyseren van data een vierogenprincipe.

Randvoorwaarden

Belangrijke randvoorwaarden om de doelen te realiseren

- Voldoende tijd door werkgroep leden
- Toegang tot externe actoren
- Transparante werkwijze

Bijlage 3: samenvatting literatuuronderzoek

Overzicht bestudeerde rapporten:

Atlas van afgehaakt Nederland, Over buitenstaanders en gevestigden

René Cuperus en Josse de Voogd

Eindevaluatie opkomstbevorderende activiteiten griffie 2022

Griffie Hilversum

Evaluatie verkiezingen gemeenteraad 2022 Hilversum

Gemeente Hilversum

Gefundeerd politiek vertrouwen? Onderzoek naar de relatie tussen overheidsprestaties en het vertrouwen in politieke instituties

Universiteit Utrecht

Gezag herwinnen – over de gezagswaardigheid van het openbaar bestuur

Raad voor het Openbaar Bestuur

Lage lokale betrokkenheid en grote ongelijkheid, Onderzoek naar opkomst bij Amsterdamse gemeenteraadsverkiezingen

Universiteit van Amsterdam

De lokale niet-stemmer: een analyse van de lage opkomst bij de gemeenteraadsverkiezingen van 2022

Lokaal Kiezersonderzoek

Opkomst bij gemeenteraadsverkiezingen in Nederland: Daar zit potentie in

Citizens en Necker

Relatie burger overheid 2030

Nationale Ombudsman

Verbetering op komst

Universiteit Tilburg

Woorden zeggen meer dan cijfers

Universiteit van Amsterdam

Doelgroepen: Wie gaat er niet stemmen?

- Algemeen
- Jongeren
- Culturele minderheden
- Praktisch geschoolden

Analyse doelgroepen: Waarom gaan de doelgroepen niet stemmen?

	<i>Algemeen</i>
<i>Open staan</i> (Is er vertrouwen?)	• Vertrouwen in de politiek in het algemeen is een belemmering • 20%-30% niet tevreden met functioneren democratie
<i>Begrijpen</i> (Is er voldoende kennis?)	• Gebrek aan informatie • Beperkte media aandacht • Een groep geeft aan niet genoeg kennis te hebben en geen keuze kunnen maken
<i>Willen</i> (Is er gevoel van urgentie? Is er interesse?)	• Lokaal wordt afgerekend op landelijke ontwikkelingen • Het gevoel dat stemmen geen zin heeft • Mate van verbondenheid buurt/wijk • Gemeente als niet relevant zien
<i>Kunnen</i> (Zijn er obstakels?)	• Geen tijd door o.a. afwezigheid, ziekte of vergeten te machtigen • Weersomstandigheden • Beperkt aantal stembureaus • zichtbaarheid locatie • fysieke beperkingen, mentale beperkingen, analfabetisme
<i>Doen</i> (Gaat iemand stemmen?)	
<i>Blijven doen</i> (Gaat iemand vaker stemmen?)	

	<i>Jongeren</i>
<i>Open staan</i> (Is er vertrouwen?)	• Ervaren uitsluiting • Ervaren achterstelling en ongelijke vertegenwoordiging • Ervaren een gebrekkig lokale politieke verbondenheid
<i>Begrijpen</i> (Is er voldoende kennis?)	• Informatievoorziening speelt een belangrijke rol: voorkeur voor online en inhoudelijke informatie
<i>Willen</i> (Is er gevoel van urgentie? Is er interesse?)	• Politiek leeft niet in hun omgeving. Er wordt thuis en in hun vriendenkring niet over gesproken. • Meer belangstelling voor landelijke politiek
<i>Kunnen</i> (Zijn er fysieke obstakels?)	• Stempas of legitimatie vergeten • Verbleven op ander adres dan ingeschreven
<i>Doen</i> (Gaat iemand stemmen?)	
<i>Blijven doen</i> (Gaat iemand vaker stemmen?)	

	<i>Culturele minderheden</i>
<i>Open staan</i> (Is er vertrouwen?)	• Ervaren dat er keuzes zijn gemaakt in hun nadeel • Ervaren uitsluiting en ongelijke vertegenwoordiging
<i>Begrijpen</i> (Is er voldoende kennis?)	• Gebrek aan politieke kennis • Mensen die geen Nederlands spreken zijn sterk vertegenwoordigd in aantal niet stemmers.
<i>Willen</i> (Is er gevoel van urgentie? Is er interesse?)	
<i>Kunnen</i> (Zijn er fysieke obstakels?)	
<i>Doen</i> (Gaat iemand stemmen?)	

	<i>Praktisch geschoolden</i>
<i>Open staan</i> (Is er vertrouwen?)	• Ervaren dat er (landelijke) keuzes zijn gemaakt in hun nadeel • Ervaren dat ze niet altijd serieus worden genomen of worden gehoord • Kritische houding t.o.v. daadkracht en inlevingsvormogen politici • Gevoel dat politici geen verantwoordelijkheid nemen (met name landelijk, dat op lokaal afstraalt)
<i>Begrijpen</i> (Is er voldoende kennis?)	
<i>Willen</i> (Is er gevoel van urgentie? Is er interesse?)	• Politiek leeft niet in hun omgeving. • Ervaren geen urgentie op lokaal niveau
<i>Kunnen</i> (Zijn er fysieke obstakels?)	
<i>Doen</i> (Gaat iemand stemmen?)	

Aangedragen suggesties uit literatuur

1. Investeer ongelijk in het betrekken van achtergestelde groepen; 'ongelijk behandelen om gelijkheid te bevorderen'.
2. Stimuleer aandacht en discussie voor maatschappelijke vraagstukken in ondervertegenwoordigde delen van de stad, om kennis en interesse te bevorderen.
3. Maak lange termijn doelen gericht op het verbeteren van de kwaliteit van het hele democratische systeem belangrijker dan korte termijn partijpolitieke doelen.
4. Laat als lokale politicus je gezicht vaker zien en luister écht naar bewoners en communiceer helder. Maak als lokale politicus je beloftes concreet en kom ze na.
5. Maak gebruik van online informatie om bewoners te bereiken.
6. Laat de doelgroep zelf vertellen en spreken over de lokale politiek en verkiezingen; faciliteer en organiseer het gesprek in de stad, partijen schuiven aan.
7. De rol van de raad: inzetten voor de lange termijn op het verbeteren van de lokale democratie door meer inwoners te betrekken bij de lokale democratie, los van partijpolitieke belangen en de korte termijn effecten van een hogere opkomst onder specifieke kiezersgroepen.
8. Maak gebruik van het bestaande maatschappelijke middenveld.
9. Investeer in zelforganisaties, die toegang hebben tot de doelgroep. Erken dat deze organisaties autonoom zijn, geef hen ruimte en vertrouwen om zelf te bedenken welke aanpak met betrekking tot opkomstbevordering bij de groepen die zij kennen past.
10. Zorg voor een persoonlijk contact met kiezers en maatwerk bij campagnes, in plaats van onpersoonlijk contact en massacommunicatie.
11. Maak werk van de vertegenwoordiging van ondervertegenwoordigde groepen.
12. Benut intermediairs die schakel zijn tussen bewoner en politici.
13. Investeer in politiek bewustzijn en vertrouwen van jongeren.
14. Stuur brieven met informatie over de datum van de verkiezingen en in gesprek gaan met inwoners (bij voorkeur deur-aan-deur).
15. Organiseer een verkiezingsfestival.
16. Maak gebruik van een digitale stemhulp en herinneringsberichten om mensen te herinneren te gaan stemmen.
17. Zet als gemeente onderzoek in om te identificeren welke factoren specifiek in de eigen gemeente een sterke invloed uitoefenen op de opkomst bij gemeenteraadsverkiezingen. En na de verkiezingen onderzoek doen om te beoordelen of ingezette instrumenten het beoogde effect hebben gehad.
18. Scholen zijn plekken om veel jongeren te bereiken, mogelijk een manier om stemmen en lokale politiek belangrijk te maken, dit is echter iets dat ieder jaar zou moeten gebeuren om effect te blijven hebben. Organiseer gastlessen op scholen
19. Maak meer gebruik maken van wijkcentra in wijken en buurten om politiek onder de aandacht te brengen.
20. Organiseer wijkdebatten houden en organiseren (red. dit laatste is lastig gezien budget en inzet van mensen en werd in 2018 juist ontraden)
21. Aandacht voor de betrokkenheid van inwoners, jong en oud, bij de (lokale) politiek te vergroten.
22. Bij inzet van een stemwijzer een meer lokale insteek van de stellingen na te streven
23. De social media van de gemeente Hilversum waar mogelijk actief en gericht inzetten om (politieke) thema's onder de aandacht van de Hilversummers te brengen. Niet alleen in verkiezingstijd maar ook daarbuiten
24. De cursus 'Politiek voor inwoners' de komende jaren op regelmatige basis aan te blijven bieden. Al dan niet samen met buurtgemeenten
25. Werken aan de gezagswaardigheid van de overheid via bekwaamheid, betrouwbaarheid en betrokkenheid.

Bijlage 4: Aantal stembureaus per 1000 opgeroepen kiezers

<u>Wijk</u>	<u>Stembureaus per 1000 opgeroepen kiezers</u>	<u>Opkomst</u>
1211 (Centrum)	1,1	89,8%
1212/1213 (Zuidoost)	0,7	53,6%
1214/1215 (Zuid)	0,5	54,5%
1216 (Zuidwest)	0,7	46,4%
1217 (Noordwest)	0,9	64,0%
1218 (De Meent)	0,6	54,3%
1221 (Oost)	0,4	35,9%
1223 (Oost)	0,5	51,5%
1222 (Noordoost)	0,4	24,9%

Kanttekening 1: mensen kunnen ook buiten hun wijk stemmen, dat verklaart mogelijk voor een deel de hoge opkomst in het centrum.

Kanttekening 2: in 2022 was het in verband met corona mogelijk om vervroegd te stemmen bij een aantal stembureaus. Het verschil tussen het aantal locaties voor vervroegd stemmen per wijk is hierin niet meegenomen.