



Daphne Cornelisse

345498

Bedrijfsbegeleider

Anita de Jong

Afstudeerbegeleider

Susanne Wormgoor - Van Tongeren

Inleverdatum

29 september 2017

Scriptie

First Time Voters

ProDemos

Huis voor democratie en rechtsstaat





First Time Voters

Voorwoord

Voor u ligt de scriptie “Eerstekeerstemmers”. Het onderzoek voor deze scriptie, naar de motivatie van eerstekeerstemmers om te gaan stemmen, is uitgevoerd in opdracht van en samen met ProDemos – Huis voor democratie en rechtsstaat in Den Haag. Deze scriptie is geschreven voor mijn afstuderen aan de opleiding Media, Informatie en Communicatie aan de Saxion Hogeschool in Enschede. Van mei 2017 tot en met september 2017 ben ik bezig geweest met het onderzoek en het schrijven van deze scriptie.

Het onderwerp van dit onderzoek is samen met ProDemos tot stand gekomen. Het onderzoek was interessant en actueel, dus ik heb met veel plezier aan het onderzoek en het beroepsproduct gewerkt. Tijdens het onderzoek stonden mijn begeleider, Anita de Jong, en andere medewerkers van ProDemos altijd klaar om vragen te beantwoorden of op andere manieren te helpen. Daarom wil ik hen, en Anita, Nienke en Sandra van communicatie in het bijzonder, bedanken voor de goede begeleiding en de leuke afstudeerperiode bij ProDemos.

Ook mijn afstudeerbegeleider, Susanne Wormgoor, en de andere docenten van MIC ben ik erg dankbaar voor de begeleiding. Niet alleen tijdens mijn onderzoek, maar ook tijdens de rest van mijn opleiding stonden ze klaar om te helpen. Als laatste verdienen mijn ouders, vriend en vriendinnen een eervolle vermelding omdat ze altijd klaarstonden tijdens het afstudeerproces. Zonder hun motiverende woorden was dit niet gelukt.

Ik wens u veel leesplezier toe!

Daphne Cornelisse
Den Haag, 26 september 2017

Samenvatting/summary

De groep 18- tot 25-jarigen gaat in Nederland minder stemmen dan de groep 25-plussers, maar waarom is dat en hoe lossen we dat op? Daar is in deze scriptie onderzoek naar gedaan, gericht op de Nederlandse gemeenteraadsverkiezingen in maart 2018. Door middel van literatuuronderzoek, een enquête en een focusgroepgesprek werd duidelijk dat jongeren politiek te ingewikkeld vinden en niet weten waar ze antwoorden moeten zoeken. Simpele vragen als ‘Wat doet de gemeente?’ en ‘Wat gebeurt er met mijn stem?’ waren in hun ervaring niet simpel te beantwoorden. Ook was ze niet duidelijk waarom stemmen nou zo belangrijk is, wat ook een belangrijke reden is om niet te gaan. Daarom is er ook onderzoek gedaan naar geschikte manieren om informatie over te brengen en te verspreiden onder de doelgroep. Daaruit bleek dat video de uitkomst is. Video is makkelijk te onthouden, omdat we beeld beter verwerken dan tekst. Daarnaast werkt video goed bij de doelgroep, omdat 18- tot 25-jarigen zijn opgegroeid met beeld op televisie en computer. Ook werkt video goed op sociale media: het wordt veertig keer meer gedeeld en genereert 94% meer views dan tekst. Sociale media zijn dan ook gekozen voor de verspreiding van de video's, op Facebook en YouTube. Deze media worden het meest gebruikt in Nederland en zijn qua gebruik het meest geschikt voor het soort video dat gemaakt is.

In The Netherlands, the group 18- to 25-year olds votes less than the group older than 25, but why is that, and how do we resolve that fact? That is discussed in this thesis, targeting the Dutch municipal elections in march of 2018. Through literature research, a survey and a focus group discussion, it became clear that young people find politics too complicated and they don't know where to find answers to their political questions. In their experience, simple questions like “What does the city council do?” and “What happens with my vote?” were not easily answered. Nor were they clear why voting is so important, which is also an important reason for not voting. Therefore, research has also been conducted into suitable ways of transferring and disseminating information among the target group. It turned out that the answer is video. Video is easy to remember, because we process images better than tekst. In addition, video works well for the target group, because 18- to 25-year olds grew up with television and computers. Also, video works well on social media: it's shared forty times more than tekst and generates 94% more views than text. Social media has therefore been chosen for the distribution of the videos, on Facebook and YouTube. These media are most widely used in the Netherlands and are most suitable for the type of video that has been made.

Inhoud

Voorwoord 1

Samenvatting 2

Inleiding 4

Organisatie 4

Aanleiding afstudeeropdracht 5

Beroepsproduct 7

Deelproducten 8

Verantwoording 8

Literatuur 9

Begrippenlijst 13

Praktijkonderzoek 15

Opzet 15

Resultaat 19

Conclusies 26

Aanbevelingen 27

Conceptontwerp 31

Verantwoording 31

Evaluatie 32

Realisatie 32

Beroepsproduct 32

Gemaakte keuzes 33

Beperkingen 34

Reflectie 34

Proces 34

Resultaat 35

Bijlagen 41

I. Scripts 41

II. Feedbackscripts 45

III. Storyboards 53

IV. Focusgroep 57

V. Enquête 64

VI. Huisstijlhandboek ProDemos 94

ProDemos

Huis voor democratie en rechtsstaat

Inleiding

Organisatie

ProDemos is het 'Huis voor democratie en rechtsstaat': deze organisatie legt alles uit over de democratie en de rechtsstaat en de spelregels daarvan. Ze laten zien wat je zelf kunt doen om invloed uit te oefenen, in de gemeente, provincie, Nederland en Europa. Een van de doelen van ProDemos is om veel mensen en scholen kennis te laten maken met politiek en het werk van de Tweede Kamer. ProDemos bevindt zich recht tegenover het Binnenhof in Den Haag, dus ze zijn daar waar het gebeurt. Jaarlijks ontvangen ze tienduizenden scholieren, studenten, toeristen en leden van politieke organisaties. In heel Nederland bieden ze lespakketten, gastlessen en cursussen aan en daarnaast maken ze online tools als de Stemwijzer en de Stemmentracker (ProDemos, z.d.)

Ontstaan

Het idee voor een educatief centrum over democratie ontstond in 1998, tijdens de viering van 750 jaar Den Haag. Via het Huis voor Democratie, het Centrum voor Geschiedenis en Democratie, het Nationaal Historisch Museum, terug naar het Huis voor de Democratie en naar het Huis voor Democratie en Rechtsstaat is het bedrijf in 2011 ProDemos – Huis voor democratie en rechtsstaat gaan heten. Niet geheel toevallig was dat op 15 september: de Dag van de Democratie.

ProDemos is opgericht om kennis over te dragen over de kernwaarden en instituties van een democratische rechtsstaat. Simpel gezegd: om mensen te leren hoe een democratie werkt en wat er bij komt kijken. Door middel van rondleidingen, debatten en cursussen, maar ook met exposities en educatieve programma's wil ProDemos mensen leren hoe ze kunnen deelnemen aan het democratisch proces (van stemmen tot zelf politiek actief worden) en daarmee zorgen dat men ook daadwerkelijk deel gaat nemen. De belangrijkste doelgroep hierin zijn jongeren, want uit onderzoek is gebleken dat jong politiek betrokken zijn doorwerkt op latere leeftijd (Boogaard, Ledoux & Nieuwelink, 2016).

Organisatiestructuur

ProDemos beschouwt de kwaliteit van de medewerkers als een belangrijke voorwaarde voor de activiteiten. De bezoekersdienst en de dienst Op Locatie hebben de meeste werknemers en oproepkrachten: daar worden de meeste activiteiten georganiseerd. De bezoekersdienst organiseert de rondleidingen door de Eerste en de Tweede kamer, het Binnenhof en de Ridderzaal, om zo mensen kennis te laten maken met het politieke hart van Nederland. Daarnaast laten zij bezoekers zelf politiek ervaren met verschillende programmaonderdelen bij ProDemos.

De dienst Op Locatie brengt politiek naar scholen in het hele land, maar ook naar gemeen-

Afdeling	Werknemers	Oproepkrachten
Bezoekersdienst	35	31
Educatie	8	–
Op Locatie	12	71
Academie	6	–
Communicatie	4	–

Figuur 1. Naast deze afdelingen maken ook de Raad van Toezicht, Raad van Advies, de directie, afdeling financiën, afdeling personeelszaken, ICT, planning, de receptionisten en de huismeesters deel uit van ProDemos. Deze afdelingen zijn niet genoemd in het schema omdat zij minder relevant zijn voor dit onderzoek. Op de RvT en RvA na hebben deze afdelingen 15 werknemers, totaal 12,34 fte en één oproepkracht. Bron: ProDemos, 2016.

ten, provincies en de Bevrijdingsfestivals. Op die manier maken mensen kennis met politiek en politieke onderwerpen zonder dat zij zelf naar Den Haag hoeven te komen: zo bereik je ook een minder geïnteresseerde doelgroep. Ook het onderdeel rechtsstaat wordt voor een groot deel op locatie uitgevoerd: met gastlessen op scholen en een bezoek aan een rechtbank bijvoorbeeld.

Educatie is de afdeling die alle programma's voor de bezoekersdienst en Op Locatie bedenkt en ontwerpt. De Academie gaat over het organiseren van lezingen en debatten, grote evenementen en de inhoudelijke uitgaves van ProDemos. Zij doen ook onderzoek, bijvoorbeeld naar burgerparticipatie.

Al deze verschillende activiteiten moeten natuurlijk ook gecommuniceerd worden. Daar-

voor is de afdeling Communicatie verantwoordelijk. Alles wat ProDemos doet, organiseert en bedenkt moet naar buiten gebracht worden, anders kijkt er niemand naar en is niemand er van op de hoogte. De verschillende programma's, de evenementen en de diensten worden door de communicatie-afdeling naar buiten gebracht door middel van sociale media, nieuwsbrieven en andere aankondigingen. Ook gaan zij over alle uitingen (huisstijl) van ProDemos en verzorgen ze de perswoordvoering.

Doelgroepen

Doordat er zo veel doelgroepen zijn moet de communicatieafdeling doelgroepgericht werken. De eerste groep (breed publiek), is op te splitsen in drie categorieën:

- Mensen zonder interesse in politiek;
- Mensen met enige interesse in politiek, maar (nog) niet politiek actief;
- Mensen met veel interesse in politiek, politiek actief.

Huishoudens/breed publiek	Bedrijfsleven
Studenten	Nieuwkomers
Expats	Toeristen
Kinderen 7-12	Jongeren 12 - 18
Professionals onderwijs	Professionals overig

Figuur 2. Bron: ProDemos, 2016

De mensen in de eerste categorie zijn voor ProDemos moeilijk te bereiken. Zij moeten eerst geïnteresseerd raken in politiek voordat het bedrijf ze kan activeren mee te doen aan een activiteit. De laatste categorie zit aan de andere kant van het spectrum. Zij zijn voor ProDemos relatief makkelijk te bereiken en over te halen om aan een activiteit deel te nemen. De tweede groep is voor ProDemos het meest interessant en met de meeste projecten richten ze zich dan ook op deze groep. De eerste horde is voor hen al genomen, want ze zijn wel geïnteresseerd in politiek, maar nog niet actief. Door hen op de juiste manier te prikkelen kunnen ze gestimuleerd worden actief te worden, bijvoorbeeld om deel te nemen aan activiteiten van ProDemos (ProDemos, 2016).

ProDemos heeft een belangrijke rol te vervullen in het verspreiden van het gedachtegoed van de democratische rechtsstaat, in het bijzonder voor jongeren. Voor die groep is het namelijk minder vanzelfsprekend dat ze met politiek in aanraking komen. Maar ook voor het bredere publiek is het belangrijk om de waarde van de democratische rechtsstaat te kennen. Niet alleen de geschiedenis en instituties, maar vooral de waarden, normen en verantwoordelijkheden. Die worden namelijk nogal eens als vanzelfsprekend gezien, zoals ons stemrecht. Ook wil ProDemos de houding ten opzichte van politiek verbeteren: die is, zeker de laatste jaren, vaak negatief. Als die houding op jonge leeftijd ontstaat, is daar op latere leeftijd moeilijk ver-

andering in te brengen. Jonge mensen positief laten denken over politiek is dus belangrijk en daar zet ProDemos zich voor in (Ministerie BZK, 2014).

Aanleiding afstudeeropdracht

Politiek wordt door de meeste jongeren wel belangrijk gevonden, maar tegelijk ook saai. Ze geven aan politiek belangrijk te vinden en serieus te nemen, en vinden dat mensen moeten gaan stemmen en over hun stem moeten nadenken (Riemersma, Stroop & Tieleman, 2017). Desondanks vinden jongeren het saai, vervelend, suf en oninteressant. Politici zijn oud en op tv zappen ze weg als het over politiek gaat. Ook is het vreemd om politiek actief te zijn (Aalberts, 2007).

Daardoor ontstaat een vicieuze cirkel. Omdat deze jongeren politiek bij voorbaat niet interessant vinden, komen ze er ook niet mee in aanraking en is het dus moeilijk om ze ervoor te interesseren. Ook ProDemos merkt dat dit een moeilijke doelgroep is. Een politieke organisatie kan haar content wel daar brengen waar de jongeren zitten (zoals sociale media), maar die content wordt alleen gelezen door de jongeren die politiek toch al interessant vinden. Dat is de doelgroep die je juist niet hoeft te bereiken: die gaan toch wel naar de stembus (Aalberts, 2014). Voorwaarde om jongeren te bereiken met politiek is om niet te populair te gaan doen, zoals BNN in 2002 deed met Lijst 0. Jongeren vinden

politiek een serieus onderwerp en daarom is opleuken niet nodig: als je neerbuigend doet, jaag je ze juist weg (Aalberts, 2007).

ProDemos is vanaf mei 2017 bezig met de Gemeenteraadsverkiezingen in maart 2018. Een van de projecten waar ProDemos mee bezig is in aanloop naar die verkiezingen, is gericht op First Time Voters. Dit project richt zich op de doelgroep 18- tot 25-jarigen, de mensen die voor het eerst of voor een van de eerste keren naar de stembus mogen. Deze doelgroep gaat gemiddeld veel minder naar de stembus dan de oudere doelgroepen: bij de laatste Tweede Kamerverkiezingen ging maar 66% stemmen, tegenover een landelijk gemiddelde van 80%. Van de 65-plussers ging zelfs 89% (NOS, 2017). Dit terwijl de uitslag van die verkiezingen totaal

anders zou zijn geweest als het aan de jongeren lag (figuur 3 en 4).

Het lijkt er dus op dat de groep 18- tot 24-jarigen ontevreden is met de uitslag, aangezien die groep zelf anders heeft gestemd. Na Brexit en Trump –uitslagen waar vooral de jongeren ontevreden over waren, maar waar ze ook nauwelijks gestemd hebben (Bloomberg, 2016 & AD, 2016)- was er de hoop dat de Nederlandse jongeren wél massaal naar de stembus zouden gaan. Dat gebeurde niet, zelfs na een stortvloed aan oproepen in de media. De oproep ‘je moet naar de stembus’ lijkt dus niet te werken, maar wat er dan wél moet gebeuren om jongeren naar de stembus te krijgen, is niet duidelijk. Het plan is om het First Time Voters-project vooral via scholen te laten verlopen omdat ProDemos

hier ervaring mee heeft, maar ze willen ook sociale media en video in gaan zetten om jongeren te activeren naar de stembus te gaan. De vraag vanuit ProDemos luidt dan ook: “Welke inhoud moeten onze video’s hebben om mbo- en hbo-studenten tussen de 18 en 25 te activeren in maart 2018 naar de stembus te gaan?”

Hoeveel video’s er gemaakt en welke sociale media er gebruikt gaan worden, hangt af van het vooronderzoek. Wel is duidelijk dat het geanimeerde, activerende uitlegvideo’s moeten worden. Het doel van de video’s is voornamelijk informeren, omdat uit onderzoek blijkt dat het gebrek aan kennis één van de voornaamste redenen is dat jongeren niet naar de stembus gaan (Biggelaar et al., 2017).



Figuur 3. Bron: NOS, 2017



Figuur 4. Bron: NOS, 2017

Beroepsproduct

Het op te leveren beroepsproduct is een serie van zes motiverende uitlegvideo's gericht op jongeren. Het doel van de video's is dat de kijker gemotiveerd wordt naar de stembus te gaan, in eerste instantie voor de gemeenteraadsverkiezingen in 2018, maar ook op de langere termijn. Uit onderzoek is gebleken dat de belangrijkste motivatie om te gaan stemmen, kennis van de politiek is. Hoe beter iemand het politieke stelsel snapt, hoe groter de kans dat hij naar de stembus gaat. Kennis is dus motivatie (Riemersma, Stroop & Tieleman, 2017). De video's zijn in 2D-animatievorm en kunnen breed ingezet worden: het is de bedoeling dat ze gebruikt kunnen worden op sociale media, in presentaties op scholen en op de website van ProDemos. De video's zijn kort en krachtig omdat het voor de gebruiker zo weinig mogelijk tijd en energie moet kosten om de boodschap

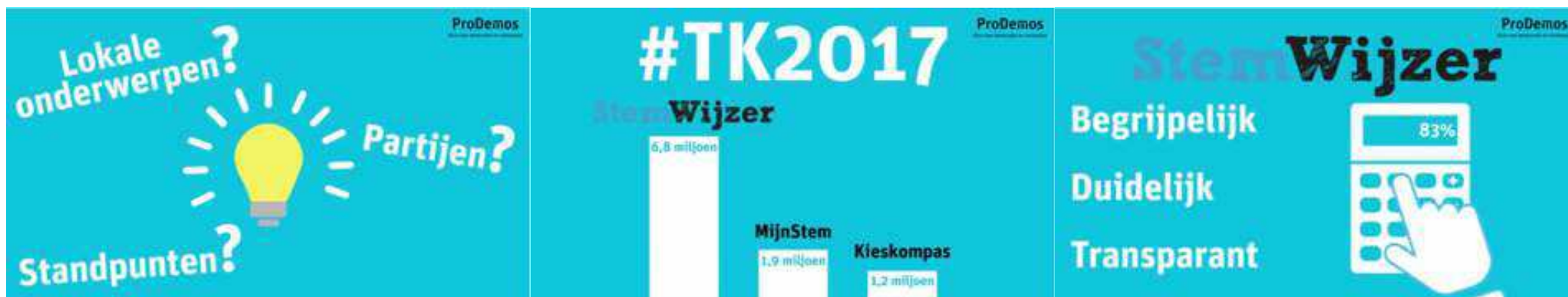
te ontvangen. Deze vorm is laagdrempelig en de boodschap wordt in woord, beeld en tekst overgebracht zodat deze zo snel mogelijk duidelijk wordt. Wat die boodschap precies gaat zijn, is afhankelijk van de uitkomsten van het vooronderzoek.

De reden dat er voor video is gekozen, is dat visuele content het op internet beter blijkt te doen dan geschreven content. Visuele content bereikt een groter publiek en wordt vaker gedeeld op sociale platformen. Content met visuele aspecten haalt 94% meer bereik dan content zonder die aspecten. Men onthoudt 80% van wat ze zien, 20% van wat ze lezen en 10% van wat ze horen (Frankwatching, 2014).

Daarnaast is er onderzoek gedaan naar het verbeteren van de opkomst bij gemeenteraadsverkiezingen. Daarin is ook gekeken naar specifieke campagne-instrumenten, waaronder sociale media en video's op sociale media. Gemeenten

meten het effect van sociale media nauwelijks, maar toch lijken ze tevreden over de inzet ervan. Uit het onderzoek kwam naar voren dat gemeenten sociale media voornamelijk inzetten voor belangrijke mededelingen over de verkiezingen, het voorleggen van stellingen aan hun volgers en het beantwoorden van vragen. Een aantal gemeenten gaf ook aan dat berichten 'promoten' op Facebook veel heeft geholpen voor het bereik.

Uit het onderzoek is niet gebleken dat er een relatie is tussen het verspreiden van filmpjes en de opkomst. Wel gaven verschillende gemeenten aan dat de manier waarop de filmpjes gemaakt zijn heel belangrijk is. Creatieve filmpjes of filmpjes die door stemgerechtigden zelf zijn gemaakt en verspreid lijken het beter te doen dan 'saaie' filmpjes (bijvoorbeeld portretten van lijsttrekkers) en door de gemeente gemaakte filmpjes (Dols, Epskamp, Ostaaijen & Zuydam, 2016).



Figuur 5. Bron: YouTube ProDemos, 2017

Wat de precieze inhoud van de video's wordt is pas te zeggen als het onderzoek afgerond is. Uit het onderzoek moet blijken wat belangrijke redenen voor de doelgroep zijn om te gaan stemmen, of om niet te gaan stemmen. Deze redenen worden gebruikt in de video's om die redenen te kunnen gebruiken om tegen te spreken of te bevestigen. Het is het meest logisch als er per reden (voor of tegen) één video wordt gemaakt.

Naar aanleiding van de uitkomsten van het onderzoek worden de precieze onderwerpen voor de video's gekozen. Daarnaast moet uit het onderzoek blijken wat de beste manier is om de doelgroep te bereiken, dus hoe de video's verspreid gaan worden. Wel is al duidelijk hoe de video's er uit moeten gaan zien, het huisstijlhandboek van ProDemos wordt namelijk gewoon gevolgd. Er is al een video die de stijl weergeeft, daarvan is in figuur 5 een aantal screenshots te zien.

Meer dan 60% van de mensen prefereert beeld boven tekst. Jongeren hebben vooral op sociale media liever video's. Dit is evolutionair gezien logisch: we verwerken al meer dan een miljoen jaar beelden, terwijl lezen pas sinds een paar honderd jaar normaal is. De reden dat ProDemos voor animatie heeft gekozen, is dat we informatie beter herinneren als we er een beeld bij hebben. Daarnaast helpt het om tekst te ontcijferen. Beelden zorgen voor begrip, herkenning en het vasthouden van kennis. Mensen

leren meer van de combinatie tekst-beeld dan van alleen tekst. Op korte termijn leert men meer dan gesproken tekst met plaatjes dan van geschreven tekst met beeld. Die plaatjes moeten op zichzelf een verhaal vormen voor het grootste leereffect (Tinqwise, 2017).

Deelproducten

In de pretestfase worden er twee deelproducten gemaakt voor het eindproduct gemaakt kan worden.

Script

Voordat de uiteindelijke uitlegvideo's gemaakt kunnen worden, moet er per video een script en een storyboard gemaakt worden. Het script is de tekst voor de voice-over, met per zin tot in de details beschreven wat er in beeld te zien is.

Storyboard

Op basis van het script wordt het storyboard gemaakt: hierin zijn alle shots/scenes getekend zodat de ontwikkelaar precies weet hoe de video er uit moet komen te zien. De opdrachtgever krijgt aan de hand van het script en het storyboard een goed beeld van hoe de video er uit gaat zien, zodat er dan nog wijzigingen aangebracht kunnen worden. Als dit gedaan moet worden als de video al gemaakt is, zijn wijzigingen heel tijdrovend.

Criteria

De video's moeten volledig in de huisstijl van

ProDemos gemaakt worden. Daarnaast is ProDemos partijneutraal en onafhankelijk, dus zijn de video's dat ook. De boodschap van de video's moet in lijn zijn met de missie van ProDemos: het informeren van burgers over de democratische rechtsstaat en proberen hen daarbij te betrekken.

De video's moeten geschikt zijn om de doelgroep te bereiken via sociale media en geschikt zijn om gebruikt te worden op scholen en door gemeenten. Zij moeten de video's dus ook kunnen gebruiken in bijvoorbeeld gastlessen, rondleidingen of voorlichtingen.

Verantwoording

Een uitlegvideo brengt de boodschap die ProDemos wil overbrengen effectief en op een simpele manier, met de nadruk op simpel. De doelgroep verliest snel haar interesse en daarom moet de boodschap kort en krachtig overgebracht worden. De video moet bij de kern van het verhaal blijven en het verhaal moet concreet blijven: 'waarom heeft de kijker hier belang bij?' De combinatie van beeld, geluid en woord zorgt er voor dat de boodschap goed op te nemen is en de video's kort kunnen duren. In die korte tijd kan de aandacht van de doelgroep vastgehouden worden en is de boodschap het meest effectief. Daarnaast zijn de video's makkelijk te verspreiden op bijvoorbeeld sociale media, op de website en via scholen.

Literatuur

Politieke interesse en –betrokkenheid onder jongeren

Uit onderzoek blijkt dat jongeren minder politiek betrokken zijn dan mensen boven de 25. Ze weten wel in grote lijnen waar de politiek over gaat, maar specifieke kennis ontbreekt: lang niet alle jongeren kunnen bijvoorbeeld de minister-president noemen, of de partijen die in de regering zitten. Ook zijn ze zich vaak niet bewust van de invloed van de politiek op hun leven: sommige onderwerpen associëren ze niet gelijk met politiek. Andersom hebben jongeren ook het gevoel dat ze toch geen invloed kunnen hebben op de politiek, het staat te ver van ze af (Aalberts, 2014).

Er zijn twee belangrijke motivaties dat jongeren minder met de politiek hebben. Ten eerste is wantrouwen een groot probleem. Een derde van de jongeren denkt dat politici niet geïnteresseerd zijn in hun mening, maar alleen in hun stem. Ruim de helft denkt dat ze geen invloed kunnen hebben op de politiek en iets minder dan de helft is van mening dat politici geen idee hebben wat er in de samenleving speelt. Ook vinden jongeren de politiek moeilijk: 31% geeft aan politiek regelmatig tot vaak te ingewikkeld te vinden. Slechts een kwart van de jongeren zegt politiek zelden tot nooit te ingewikkeld te vinden om te snappen (I&O Research, 2017).

Uit onderzoek onder Amsterdamse jongeren blijkt dat jongeren (18-24) minder interesse hebben in gemeentepolitiek dan volwassenen. Ook konden minder jongeren de naam van de

burgermeester noemen, wisten de meesten niet welke partijen in hun stad het college van Burgermeester en Wethouders vormden of welke onderwerpen er recent in de gemeenteraad waren besproken. Ook hadden jongeren in mindere mate de intentie om te gaan stemmen en zijn ze bij de gemeenteraadsverkiezingen in 2010 ook daadwerkelijk minder naar de stembus gegaan dan oudere groepen stemmers (Gemeente Amsterdam, 2012). Een motivatie voor jongeren om wél tegaan stemmen, is kennis van het politieke systeem. Als jongeren denken dat ze het politieke systeem voldoende begrijpen, is het waarschijnlijker dat ze gaan stemmen. Zo ontstaat een opwaartse spiraal: ze participeren, gaan daardoor meer informatie zoeken en worden daardoor nog actiever (Möller, 2013).

Stellingen over politiek

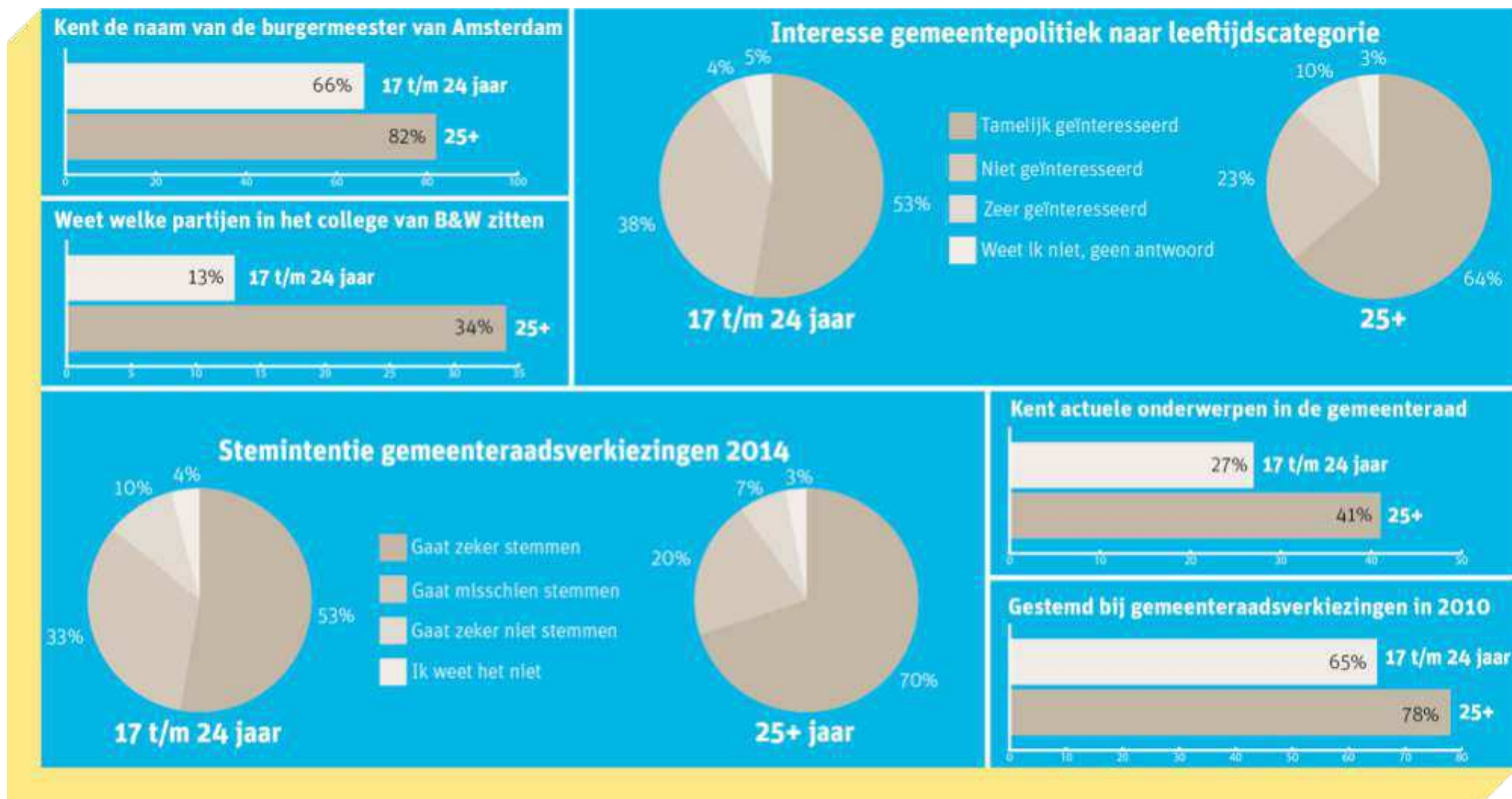
		2007	2016
Politieke partijen zijn alleen geïnteresseerd in mijn stem, niet in mijn mening	% eens	74%	66%
	% oneens	26%	27%
	% weet ik niet	-	6%
Mensen zoals ik hebben geen enkele invloed op de regeringspolitiek	% eens	62%	55%
	% oneens	38%	43%
	% weet ik niet	-	8%
Politici begrijpen niets van wat er in de samenleving leeft	% eens	54%	46%
	% oneens	46%	38%
	% weet ik niet	-	11%

Figuur 6. Bron: I&O Research, 2017

Hoe vaak vind je politiek te ingewikkeld om te begrijpen?

	2007	2016
Nooit	8%	6%
Zelden	29%	19%
Soms	42%	41%
Regelmatig	17%	20%
Vaak	2%	11%
Weet ik niet	2%	3%

Figuur 7. Bron: I&O Research, 2017



Figuur 8. Bron: Amsterdamse burgermonitor, 2011

Jongeren bereiken

Onderzoek wijst uit dat jongeren liever nieuwe dan oude media gebruiken, omdat het makkelijk, betaalbaar en snel is. Ook de combinatie tussen tekst, beeld en/of geluid wordt als voordeel boven oude media genoemd. Wel geven ze aan dat nieuwe media nog (te) weinig wordt gebruikt voor onderwijs- of voorlichtingsdoel-einden (Haan, Kruistum en Leseman, 2015). Daarnaast spelen sociale media een belangrijke rol in het leven van de doelgroep: 98,5% maakt gebruik van een vorm van sociale media. Zeventien procent daarvan is drie tot vijf uur per dag met sociale media in de weer, zes procent zelfs meer dan vijf uur per dag. De doelgroep gebruikt sociale media vooral om in contact te blijven met anderen. Andere redenen zijn ‘omdat ik het leuk vind’, ‘tegen verveling’, ‘kijken wat anderen doen’ en ‘geen informatie missen’ (Beuningen en Kloosterman, 2015).

Sociale media zijn veel effectiever in het politiek bewust maken van jongeren dan oude media, simpelweg omdat ze hier meer gebruik van maken. Als jongeren zelf deel uitmaken van het politieke debat leren ze er meer over dan wanneer ze alleen maar ontvangen. Wel is het belangrijk dat de content in de belevingswereld van jongeren geïntegreerd wordt, door het nieuws zo te ontwerpen dat het relevant is voor jongeren, zowel qua inhoud als qua stijl (Möller, 2013).

Voor jongeren is het “what’s in it for me”-element heel belangrijk. Om jongeren te interesseren, moet ze duidelijk worden wat ze ergens mee kunnen of wat ze er mee te maken hebben. Ze zijn steeds meer geïnteresseerd in hun eigen omgeving: van globaal naar lokaal. Het is nuttig om een beroep te doen op hun eigen leefomgeving en de invloed die zij daarop hebben.

Ook moet de over te brengen boodschap positief of neutraal zijn – in ieder geval niet negatief. Jongeren beoordelen negativiteit ook negatiever, blijkt uit onderzoek, omdat ze de wereld om zich heen vaak al negatief genoeg vinden. Denk dan aan aanslagen, crises en oorlogen.

Daarnaast is persoonlijk contact erg belangrijk. Als de jongere persoonlijk aangesproken wordt, online of offline, is de kans groter dat hij of zij interesse toont dan wanneer het op een grote groep gericht is (Graauw, z.d.).

Motivatie

Motivatie is de reden of zijn de redenen om bepaald gedrag te vertonen. Er zijn verschillende definities van motivatie te vinden in de psychologie, waaronder:

- “De interne toestand of conditie die gedrag activeert”;
- “Een verlangen dat doelgericht gedrag veroorzaakt”;

- “De invloed van behoeften en verlangens op de intensiteit en richting van gedrag”.

Motivatie is betrokken bij de uitvoering van geleerde reacties. Dat betekent dat geleerd gedrag niet zal optreden tot het wordt geactiveerd door stimuli: de motivatie. Deze stimuli kunnen extrinsiek (buiten de persoon) of intrinsiek (in de persoon) zijn. Intrinsieke bronnen zijn bijvoorbeeld honger of emotie (Kleinginna en Kleinginna, 1981).

Bij het motiveren van jongeren is het belangrijk dat de verwachtingen duidelijk zijn: wat moet de jongere doen? Ook betrokkenheid bij en interesse in de jongere spelen een rol. Door duidelijk te maken wat de uit te voeren taak met de jongere te maken heeft, wordt de motivatie van die jongere vergroot. Als laatste is enthousiasme een belangrijke factor. Enthousiasme werkt prikkelend en zeker jongeren zijn beïnvloedbaar door hun omgeving. Als (iets of iemand uit) de omgeving enthousiast is, motiveert het de jongere om dat ook te zijn (Vansteenkiste, 2010).

Video

In een video is het 3-model het meest effectief om informatie over te brengen. In de eerste 0,3 seconden moet de aandacht getrokken zijn, het liefst met beeld en maximaal vijf woorden. Na drie seconden moet duidelijk zijn wat je gaat

vertellen en wat je van de kijker verwacht. Jongeren beslissen in de eerste drie seconden of ze verder kijken of niet. Na dertig seconden is het eerste resultaat behaald, als de gebruiker dan weg klikt is er alsnog wel een indruk achtergelaten. Ook na deze dertig seconden blijft het belangrijk om de tijd goed af te wegen, niet alle informatie hoeft per se (uitgebreid) verteld te worden. Het is ook belangrijk om concreet te zijn: Wat moet de kijker doen? Waar moet de kijker over na gaan denken? Welke keuze moet de kijker gaan maken? Deze vragen moeten opgeworpen worden in de video en er moeten handvaten gegeven worden zodat de kijker voor zichzelf een antwoord kan formuleren (IJsfontein, 2013).

Jongeren zijn opgegroeid met beeld: televisie, video's op internet en plaatjes in lesboeken. Ze zijn goed in het ontcijferen van beelden en zijn ook gewend dat tekst niet op zichzelf hoeft te staan. Als iets in beeld te communiceren is, gaat daar altijd de voorkeur naar uit. Ook is de huidige generatie jongeren gewend aan het benadrukken van het individu: iedereen moet uniek zijn. Een boodschap die benadrukt dat het om de kijker als persoon gaat, en niet om de kijker als onderdeel van een groep (IJsfontein, 2013).

Uitleggen

Als het de bedoeling is dat de kijker iets leert van een video, werken plaatjes die een op zichzelf staand verhaal vormen of interpretatiepla-

tjes (plaatjes die nodig zijn om de tekst te begrijpen) het best. Toch is het niet de bedoeling dat er te veel in beeld te zien is: decoratieve plaatjes of logo's van organisaties leiden alleen maar af. Ook werkt het goed als mensen tekst zien, vooral tegelijk met het beeld en niet na elkaar (Tinqwise, 2017).

Video op sociale media

Het ene sociale medium is het andere niet: er moet goed gekeken worden naar de functies van verschillende platforms, daarom wordt hier op een rijtje gezet hoe de verschillende platforms werken.

Facebook

Lengte video: onbeperkt

Kosten: geen, optie voor betaald boosten voor groter en gericht bereik

Aantal Nederlandse gebruikers: 10,4 miljoen (Oosterveer, 2017)

Facebook is geschikt voor korte, informatieve of grappige video's. Voorwaarde is dat ze ook zonder geluid werken, want de video's worden automatisch in de tijdlijn afgespeeld zonder geluid. De video moet dus visueel aantrekkelijk en te begrijpen zijn. Als de gebruiker er op klikt werkt het geluid ook. Het algoritme van Facebook geeft video's die direct zijn geüpload voorrang op links naar externe videowebsites, zoals YouTube. In de toekomst wil Facebook nog veel meer met video gaan doen en het een prominentere plek op het platform geven,

bijvoorbeeld video's zoeken op onderwerp (Vriend, 2016).

Instagram

Lengte video: 60 seconden

Kosten: geen, optie voor betaald boosten voor groter en gericht bereik

Aantal Nederlandse gebruikers: 3,2 miljoen, veel jongeren (Oosterveer, 2017)

Instagram is een visueel platform en daarom moeten de video's ook visueel heel aantrekkelijk zijn. Net als op Facebook spelen de video's af zonder geluid, tot de gebruiker op de video klikt. Een call-to-action is lastig op Instagram, omdat er geen links in de beschrijving gezet kunnen worden, dat kan alleen in het profiel. Wel is die optie er als het een betaalde video betreft (Vriend, 2016).

Twitter

Lengte video: 140 seconden/10 minuten

Kosten: geen/afhankelijk van lengte

Aantal Nederlandse gebruikers: 2,2 miljoen, weinig jongeren (Oosterveer, 2017)

Video is op Twitter veel minder geïntegreerd dan bij andere platforms. Video's op Twitter hebben een limiet van 140 seconden, wat langer is dan op Instagram, maar spelen bijvoorbeeld lang niet bij iedereen automatisch af. De thumbnail moet dus heel aantrekkelijk zijn om op te klikken. Wel is een call-to-action makkelijker dan op Instagram. Een video-advertentie is wel mogelijk, maar de optie voor targets (zo-

als op Instagram en Facebook wel bestaat) is er nog niet (Vriend, 2016).

LinkedIn

Lengte video: onbeperkt

Kosten: geen

Aantal Nederlandse gebruikers: 4,3 miljoen (Oosterveer, 2017)

Op LinkedIn kan video op drie manieren ingezet worden. Ten eerste in 'ervaringen', waar de gebruiker banen en projecten in zet. Bedrijven kunnen hier een overzicht geven van wat ze doen en maken, gebruikers van wat ze kunnen. De tweede manier is een video delen in een statusupdate, dan ziet de hele volgersschare de video verschijnen in hun tijdlijn. Ten derde ondersteunt LinkedIn bijna alle videoplatforms, waaronder YouTube en Vimeo, dus dit is ook een optie om video's te delen.

Omdat LinkedIn een netwerk is dat vaker professioneel gebruikt wordt, kijken gebruikers ook met die mindset naar de video's. Mooie, creatieve video's werken hier dus minder goed: informatieve, 'how to'-video's met tips werken beter (Vriend, 2016).

YouTube

Lengte video: onbeperkt

Kosten: geen, optie voor premium-dienst

Aantal Nederlandse gebruikers: 11 miljoen (Emerce, 2015)

Omdat YouTube het video-platform bij uitstek

is, komen mensen ook speciaal om video's te kijken. De spanningsboog van de kijker is daarom ook een stuk langer dan op Facebook en Instagram, waar het kijken van video's meer incidenteel is. Daardoor is YouTube een geschikt platform om langere video's of een serie video's op te plaatsen.

YouTube is ook geschikt voor verzamelingen video's. Video's waar bijvoorbeeld veel gestelde vragen beantwoord worden, of video's met tips & tricks. Voor virale video's is YouTube geen geschikt kanaal, omdat het nauwelijks tot niet met vrienden en tijdlijnen werkt (Vriend, 2016).

Vimeo

Lengte video: onbeperkt

Kosten: geen, optie voor premium-dienst

Aantal Nederlandse gebruikers: 800.000 (Emerce, 2015)

Vimeo werkt feitelijk hetzelfde als YouTube, maar op Vimeo zijn veel meer mogelijkheden voor de maker geïntegreerd. Zo kan de video-pagina bijvoorbeeld volledig zelf ontworpen worden en kunnen video's verkocht of verhuurd worden (Vriend, 2016).

Snapchat

Lengte video: 10 seconden

Kosten: gratis, optie voor advertenties komt in 2017

Aantal Nederlandse gebruikers: 1 miljoen, veel jongeren (Oosterveer, 2017)

Snapchat is een sociaal platform dat werkt met tijdelijke content: na tien seconden verdwijnen de video's weer. In 'mijn verhaal' kunnen meerdere video's van tien seconden geplaatst worden, daar blijven ze 24 uur staan. Voor grote bedrijven en bekende mensen is het platform ideaal, voor kleine tot middelgrote bedrijven is het lastig om er veel uit te halen. Mensen moeten een account gericht gaan volgen, dus echt handmatig toevoegen, en adverteren is er voor de Nederlandse markt nog niet bij. Daarom moet de naamsbekendheid van een Snapchat-account via andere kanalen gecommuniceerd worden.

Daarnaast is Snapchat een platform dat in het moment leeft. Video's moeten live gefilmd worden, als ze van tevoren worden opgenomen is dit te zien. Ook wordt Snapchat vooral gebruikt voor achter de schermen-content, vaak op een leuke en uitbundige manier gebracht: hele serieuze content is tussen al die uitbundige accounts niet zo geschikt (Vriend, 2016).

Begrippenlijst

Politieke interesse

Politieke interesse is een belangrijke voorwaarde voor politieke betrokkenheid: dit hangt direct met elkaar samen. Als iemand niet geïnteresseerd is in politiek, is de kans logischerwijs aanzienlijk kleiner dat diegene politiek betrokken is. De simpele definitie van politieke inte-

resse is 'een gevoel van nieuwsgierigheid over politieke zaken'. Dit kan gemeten worden door de mate waarin iemand politiek nieuws leest, actualiteitenrubrieken bekijkt of in gezelschap over politiek praat (Aarts, Kolk & Thomassen, 2000).

Politieke betrokkenheid

Politieke participatie of politieke betrokkenheid is de mate waarin burgers betrokken zijn bij de besluitvorming over henzelf als individu en/of of de samenleving als geheel. Het vertrouwen dat de burger heeft in de politiek speelt daarin een belangrijke rol. Het is belangrijk dat de burger zeggenschap heeft in politieke besluitvorming die haar en de samenleving aangaat en daar gebruik van maakt. Voorwaarde is wel dat de politiek zich ook participierend opstelt (Utrecht2040, 2014). Politieke betrokkenheid betekent ook dat de burger gebruik maakt van haar politieke rechten en plichten, zoals stemmen en demonstreren (Aalberts, 2014).

First Time Voters

Als iemand de stemgerechtigde leeftijd heeft bereikt, is diegene bij de eerstvolgende verkiezingen een first time voter. Dit geldt bij de verschillende verkiezingen: als iemand bij bijvoorbeeld de Tweede Kamerverkiezingen al wel heeft gestemd, maar bij de gemeenteraadsverkiezingen nog niet, is diegene bij laatstgenoemde verkiezingen ook een first time voter (ACE, z.d.). Deze groep is belangrijk om te bereiken,

want uit (Amerikaans) onderzoek blijkt dat mensen sneller geneigd zijn om te gaan stemmen als ze daar al ervaring mee hebben. Kort gezegd: als ze eenmaal naar de stembus gaan, blijven ze gaan (Bhatti & Hansen, 2012).

Kennisclip

Een kennisclip is een korte video waarin één specifiek onderwerp, een begrip of een basisprincipe uitgelegd wordt zodat de kijker iets leert. In de video wordt iets verteld en dat wordt ondersteund door beeld. Er zijn verschillende redenen om een kennisclip in te zetten. De eerste is efficiëntie: veelvoorkomende vragen kunnen uitgelegd worden in een kennisclip, zo hoeft niet keer op keer hetzelfde verteld te worden. Ook voor de kijker scheelt het tijd: waar normaal lange teksten gelezen of beluisterd moeten worden, kan nu een korte video bekeken worden om een boodschap over te brengen (KU Leuven, z.d.).

Gesponsorde content

Een gesponsorde post op sociale media is een regulier bericht die tegen een vergoeding een grotere, gerichtere doelgroep bereikt. De gebruiker maakt een post zoals hij dat normaal ook zou doen en voegt dan budget, een gewenst bereik en een gewenste doelgroep toe. Op basis van de informatie van gebruikers van het sociale medium verschijnt de post prominent op hun tijdlijn. Het voordeel van betalen voor content is dat er een grotere, gerichtere

doelgroep mee bereikt wordt. Uit onderzoek is gebleken dat gesponsorde posts positiever ontvangen worden dan reguliere advertenties. Daarnaast worden gesponsorde posts, in tegenstelling tot reguliere advertenties, niet geblokkeerd door AdBlockers (Højfeldt Lund, 2015).

Praktijkonderzoek

Opzet

Hoofdvraag

“Welke inhoud moeten de video’s van ProDemos hebben om Nederlandse mbo- en hbo-studenten tussen de 18 en 25 te activeren in maart 2018 naar de stembus te gaan?”

Om deze vraag te beantwoorden is veel informatie over verschillende onderwerpen nodig. Er zitten drie elementen in: politiek, sociale media en video. Over alle drie de afzonderlijke elementen en over de combinatie van elementen moet informatie verzameld worden.

Inhoud

Om te weten hoe sociale media en video ingezet kunnen worden, moet gekeken worden naar welke boodschap te communiceren. Om die boodschap vast te stellen, moet de interesse in politiek gepeild worden. Nog belangrijker is het vaststellen van de motivatie om wel of niet naar de stembus te gaan. Die motivatie is namelijk de kern van de video’s.

Vorm

Ten tweede moet onderzocht worden op welke manier een video gemaakt moet worden om zo effectief mogelijk de boodschap over te brengen. Dit houdt in dat er gekeken wordt naar de toon van de video, de vorm, de uitstraling en het ontwerp.

Verspreiding

Daarna moet gekeken worden naar de verschillende beschikbare kanalen die bestaan en waar jongeren actief zijn. Dit is belangrijk om de distributie van de video te bepalen, zodat zo veel mogelijk mensen uit de doelgroep bereikt worden.

Deelvragen

- Wat zijn de opkomstcijfers onder deze leeftijdsgroep bij gemeenteraadsverkiezingen?
- Waarom gaan jongeren minder naar de stembus?
- Op welke manier wek je de interesse van deze jongeren?
- Hebben sociale media invloed op het stemgedrag van mensen?
- Op welke manier zijn deze jongeren het best te bereiken?
- Is video geschikt om informatie over te brengen?
- Wat heeft ProDemos al gedaan om deze jongeren te motiveren om te gaan stemmen?
- Wat hebben andere organisaties al gedaan om deze jongeren te motiveren om te gaan stemmen?

Onderzoeksontwerp

Een combinatie van een kwalitatief en kwantitatief onderzoek is de beste methode om de onderzoeksvraag te beantwoorden. Het plan is

om een focusgroepgesprek te houden en naar aanleiding van dat gesprek een enquête te houden onder de doelgroep, om daarmee een conclusie te kunnen trekken over de hele populatie. Daarnaast worden bestaande onderzoeken over dit onderwerp gebruikt om het beeld compleet te maken.

Deelvraag	Methode	Waarom?
Wat zijn de opkomstcijfers onder deze leeftijdsgroep bij gemeenteraadsverkiezingen?	Deskresearch	Dit zijn feitelijke cijfers, enquête en focusgroepgesprek hebben hier niets mee te maken.
Waarom gaan deze jongeren zo weinig naar de stembus?	Deskresearch, focusgroep, enquête	In principe wordt het antwoord op deze vraag uit bestaand onderzoek gehaald, maar die uitkomsten worden getoetst bij de doelgroep in het focusgroepgesprek en de enquête.
Op welke manier wek je de interesse van deze jongeren?	Focusgroep, enquête	Over dit specifieke onderwerp is te weinig onderzoek gedaan om deskresearch te gebruiken, daarom wordt het antwoord op deze vraag uit eigen onderzoek gehaald.
Hebben sociale media invloed op het stemgedrag van mensen?	Deskresearch	Er zijn al onderzoeken gedaan naar dit onderwerp, in een enquête en/of focusgroepgesprek komt hier geen betrouwbaar en valide antwoord uit omdat het een psychologisch onderzoek op zich is.
Op welke manier zijn deze jongeren het best te bereiken?	Deskresearch, focusgroep, enquête	Er is al veel geschreven over het bereiken van deze doelgroep dus die informatie kan worden gebruikt, maar het is wenselijk doelgroep ook zelf aan het woord laten in het focusgroepgesprek en de enquête.

Deelvraag	Methode	Waarom?
Is video geschikt om informatie over te brengen?	Deskresearch	Er zijn al heel veel onderzoeken gedaan naar dit onderwerp en in een enquête en/of focus-groepgesprek komt hier geen betrouwbaar en valide antwoord uit omdat de tijd en de middelen er niet voor zijn om zo'n groot onderzoek te doen.
Wat heeft ProDemos al gedaan om deze jongeren te motiveren om te gaan stemmen?	Deskresearch	Dit is te vinden in de archieven van ProDemos, inclusief evaluaties en uitkomsten.
Wat hebben andere organisaties al gedaan om deze jongeren te motiveren om te gaan stemmen?	Deskresearch	Dit is te vinden in de archieven van ProDemos, al dan niet inclusief evaluaties en uitkomsten.

Populatie/steekproef

Plaats: Nederland

Tijd: Mei – juli 2017

Steekproef: Onder studenten van 18 tot en met 25 in Nederland

Er zijn 492.400 mbo-studenten, 442.567 hbo-studenten en 261.176 wo-studenten in Nederland (MBORaad, 2016)(CBS Statline, 2016), dus de populatie bestaat uit 1.196.143 mensen. De enquête moet door 385 van hen worden ingevuld. Op die manier heeft de enquête een betrouwbaarheidspercentage van 95% en een foutmarge van 5% (CBS Statline, 2016) (Steekproefcalculator, 2017).

Meetinstrument

Er wordt gebruik gemaakt van een focusgroep, een enquête en deskresearch.

Enquête

De gegevens uit de enquête worden gebruikt voor het kwantitatieve onderzoek: de cijfers om het onderzoek te ondersteunen. De vragen in de enquête en de focusgroep komen op sommige punten overeen, omdat voor dezelfde vraag kwalitatieve en kwantitatieve gegevens nodig zijn. De enquête wordt verspreid op mbo's en hogescholen in heel Nederland en via sociale media. De uitkomsten van de focusgroep en de enquête moeten een groot deel van de deelvragen beantwoorden. Er moet duidelijk worden hoe jongeren over politiek denken en hoe ze het best te bereiken zijn.

Focusgroep

Het focusgroepgesprek wordt gevoerd met ongeveer tien mensen uit de doelgroep om inzicht te krijgen in hun stemgedrag en motivatie om wel of niet te stemmen. Een aantal van hen stemt wel, een aantal ook niet. Allemaal zijn ze matig tot redelijk geïnteresseerd in politiek, maken ze veel gebruik van sociale media, hebben een duidelijke mening en weten die ook goed te verwoorden. De enige vereiste aan de expertise van de deelnemers is dat het gevarieerd moet zijn: uit onderzoek is gebleken dat hoger opgeleide jongeren en jongeren die een maatschappelijke opleiding volgen vaker gaan stemmen dan lager opgeleide jongeren en jongeren die een technische opleiding volgen (I&O Research, 2017). Hier moet dus variatie in zitten om een betrouwbare uitkomst te krijgen. De leeftijd van de deelnemers is tussen de 18 en 25, er doen ongeveer evenveel mannen als vrouwen mee en ook het aandeel mbo/hbo is ongeveer gelijk.

Validiteit en betrouwbaarheid

De enquête is representatief voor de te bereiken doelgroep. De enquête wordt verspreid onder mbo- en hbo-studenten tussen de 18 en 25 in heel Nederland, via sociale media en op scholen, zodat iedereen evenveel kans maakt om in de steekproef opgenomen te worden. Dit vergroot de betrouwbaarheid van het onderzoek.

Om voldoende respondenten en een gevari-

eerde populatie te verzamelen, wordt na een aantal weken bekeken welke mensen de enquête hebben ingevuld. Mochten er dan heel veel hbo'ers zijn bereikt, of heel veel mensen uit de Randstad, dan moet de enquête actiever onder de 'achtergebleven' groep verspreid worden.

Resultaten

Per deelvraag zijn de resultaten uit de literatuur, het focusgroepgesprek en de enquête samengevoegd. Opvallend is dat uit alle resultaten blijkt dat jongeren de politiek wel interessant (willen) vinden, maar dat het vaak een te ingewikkeld onderwerp is. Ook is duidelijk dat het bereiken van deze doelgroep niet makkelijk is. Er moet goed nagedacht worden over de manier waarop content naar deze groep gebracht wordt.

Wat zijn de opkomstcijfers onder deze leeftijdsgroep bij gemeenteraadsverkiezingen?

In Nederland stemt iedereen anoniem, dus precieze cijfers over de opkomst naar leeftijd zijn er niet. Wel houdt onderzoeksbureau Ipsos na verkiezingen een peiling waaruit conclusies getrokken kunnen worden. In figuur 9 zijn de opkomstcijfers bij de stembusgangen sinds 2012 te zien.

Reden stembusgang	Jaartal	Opkomst jongeren	Gemiddelde opkomst
Tweede Kamer	2012	70%	75%
Gemeenteraad	2014	44%	54%
Referendum	2016	23%	32%
Tweede Kamer	2017	66%	80%

Figuur 9. Bron: Ipsos

Waarom gaan deze jongeren minder naar de stembus?

Jongeren stemmen relatief weinig vergeleken met de hogere leeftijdsgroepen. Ze geven aan weinig interesse in politiek te hebben en niet te weten waarop ze moeten stemmen. Ook snappen jongeren de politiek vaak niet en uit onderzoek blijkt dat mensen minder snel gaan stemmen als ze politiek ingewikkeld vinden. Een factor die ook vooral bij jongeren een rol speelt, is gewoonte. Mensen die al eens naar de stembus zijn geweest, zijn eerder geneigd om weer te gaan omdat de drempel dan minder hoog ligt. Daarom is het ook belangrijk dat jongeren overtuigd worden om te gaan stemmen: de kans dat ze dat dan blijven doen, is groter (Dols, Epskamp Ostaaijen & Zuydam, 2016).

Volgens onderzoek van de Universiteit Utrecht is er ook een sociale reden om (niet) te gaan stemmen. Over het algemeen is het zo dat mensen sneller gaan stemmen als hun omgeving het er over heeft. Bij jongeren geldt echter dat het ook nog uitmaakt hoe de omgeving het er over heeft: als stemmen niet 'cool' genoeg is, gaan ze het ook niet doen.

De belangrijkste reden is echter het gebrek aan kennis over politiek. Jonge mensen die het politieke systeem snappen, ongeacht hun opleidingsniveau, snappen ook waarom stemmen zo belangrijk is en gaan dat ook doen. Redenen om niet te gaan stemmen, zoals sociale invloed

of het gevoel niet gerepresenteerd te worden, zijn dan minder belangrijk (Riemersma, Stroop & Tieleman, 2017).

Waarom heb je bij de laatste gemeenteraadsverkiezingen niet gestemd?

Ik vind het niet belangrijk
Ik snapte niet waar ik voor stemde

Ik ben het vergeten

Ik wist niet dat er verkiezingen waren

Ik had geen tijd

Mijn stem gaat het verschil niet maken

Figuur 10. Bron: enquête. Deze vraag is alleen beantwoord door respondenten die bij de laatste gemeenteraadsverkiezingen stemgerechtigd waren.

Het focusgroepgesprek bevestigde het beeld dat de literatuur en de enquête schetsen. Het systeem en de onderwerpen in de politiek worden als te moeilijk omschreven. Politici zelf zijn te stoffig en langdradig om dit duidelijk uit te leggen, dus haakt men af. Ook werd genoemd dat het voelt alsof stemmen nutteloos is, omdat één stem toch het verschil niet zou maken. Eén van de deelnemers had nog nooit gestemd: *“Ik had geen zin om me erin te verdiepen, ik vind het best wel ingewikkeld allemaal en ik heb toch niet heel erg het gevoel dat het uiteindelijk zoveel uitmaakt, of ik wel of niet ga stemmen”*. Ook in de enquête werd dit genoemd. Bijna de helft van de respondenten die niet naar de stembus gaan zouden gemotiveerder zijn om wel te gaan als duidelijk is hoe belangrijk een stem is. Daarnaast bleek een derde van de niet-stemmende respondenten bij de laatste gemeenteraadsverkiezingen niet te weten wat die verkiezingen precies inhielden, dus zijn ze daarom niet gaan stemmen.

Redenen om juist wel te gaan stemmen werden ook gegeven. *“Omdat, als je kan stemmen, vind ik dat je dat moet doen. Als je dingen anders wil zien in een land en niet gaat stemmen, heb je eigenlijk geen recht van spreken. Dus het is belangrijk om je mening te laten horen”*. De mensen die het belang van hun stem inzagen en wisten dat stemrecht helemaal niet vanzelfsprekend hoeft te zijn, waren geïnteresseerder in de politiek en gemotiveerder om te gaan stemmen. Ook werd gezegd dat het motiveert

als precies duidelijk is wat de verkiezingen bepalen voor hun eigen leven en omgeving. *“Je laat behoorlijk belangrijke beslissingen over jouw leven aan anderen over, dan moeten die anderen wel weten waar ze het over hebben”*. Voor veel deelnemers was dit echter lang niet altijd duidelijk voor de verschillende overheidslagen. Op de vraag of de deelnemers snappen wat de gemeente doet, waren antwoorden bijvoorbeeld: *“Ik snap het veel minder goed dan de Tweede Kamer. Ik heb me daar nooit zo in verdiept, ik heb het geloof ik wel op school gehad maar toen boeide het me nog niet”*, *“Ze bepalen geloof ik vooral dingen op lokaal niveau, plaatselijke arbeid, waterdingen, azc’s. Ik vind de gemeentepolitiek wel veel minder interessant dan de landelijke politiek”* en *“Ik denk als ik het nu zo zou moeten zeggen, is het gewoon de Tweede Kamer in het klein. Ze ondernemen eigenlijk alles, heeft eigenlijk veel meer met je leven te maken dan de Tweede Kamer”*.

Mensen gaan minder snel stemmen als ze politiek ingewikkeld vinden en jongeren geven relatief vaak aan politiek niet te snappen. Als ze het politieke systeem wel snappen, snappen ze ook waarom stemmen belangrijk is en gaan dat ook doen.

Op welke manier welk je de interesse van deze jongeren?

In de focusgroep is besproken hoe zij een informatieve video voor zich zouden zien en waar

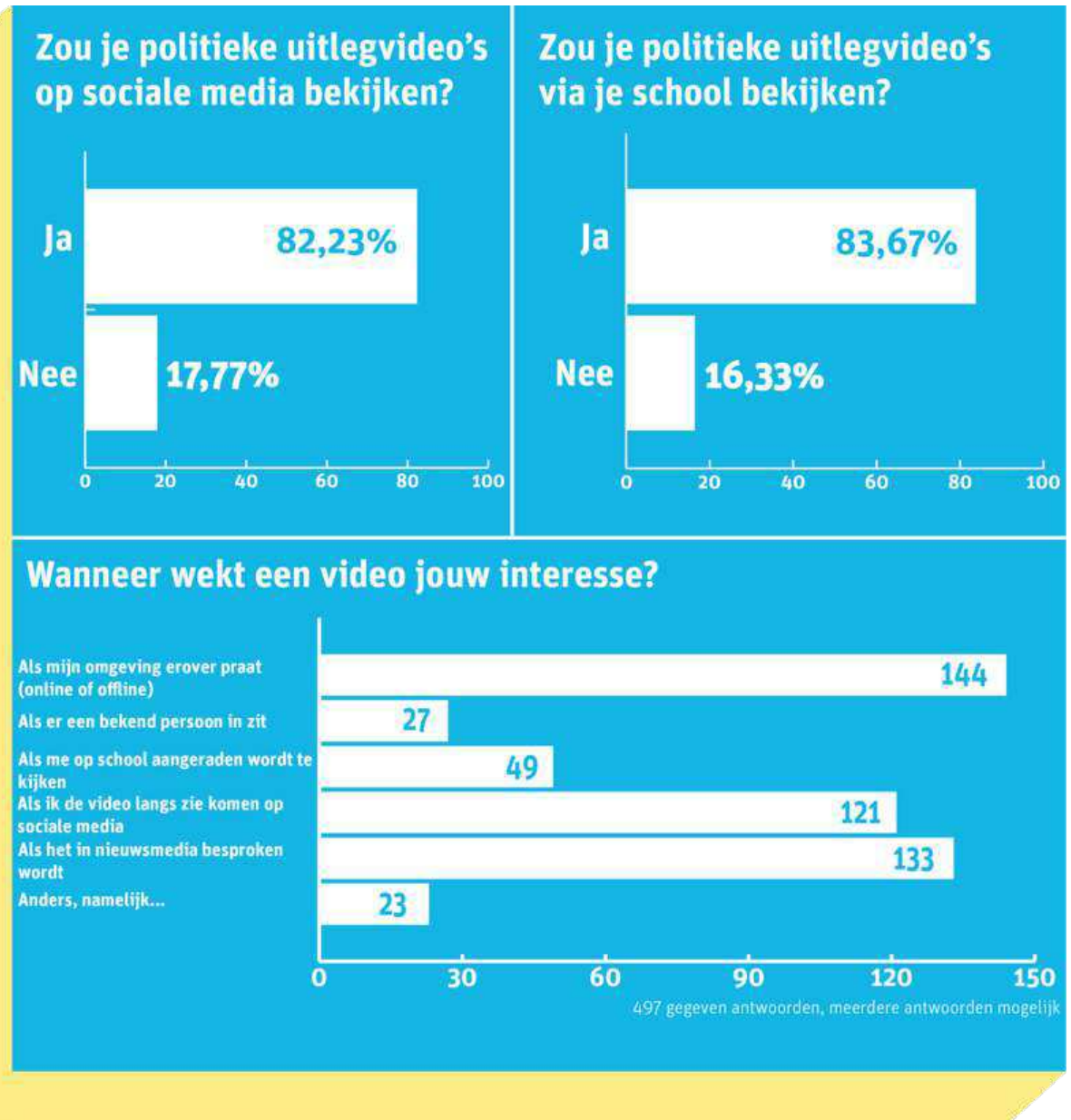
die aan zou moeten voldoen. Het belangrijkste is volgens hen dat een video kort en overzichtelijk is. Ze moeten direct, in de eerste paar seconden, kunnen zien waar de video over gaat en als ze het gevoel hebben dat de video te lang is voor het onderwerp, stoppen ze met kijken. *“Die eerste paar seconden maken voor mij het verschil. Het maakt me niet heel veel uit hoe lang de video is, maar de lengte moet wel kloppen. Als het niet snel genoeg gaat, kijk ik niet verder.”*

Ook moet een video over een serieus onderwerp er professioneel uitzien, te veel afleiding of iets amateuristisch wordt als niet geloofwaardig gezien. *“Een video moet kort zijn, zeker over dit onderwerp. Zorg voor weinig afleidende elementen: het moet to the point zijn. Het mag ook best wel luchtig zijn, maar niet perse grappig want dan neem ik het niet serieus, maar wel een luchtige ondertoon. Niet te zake-lijk.”*

Inhoudelijk moet een ingewikkeld onderwerp niet te ingewikkeld gebracht worden, maar humor gebruiken werkt dus juist averechts. Ook bekende personen die niets met het onderwerp te maken hebben zijn niet geschikt om in dat soort video's te gebruiken. *“Ik vind dat niet geloofwaardig. Dan gaat een presentator van een reisprogramma of een deelneemster van een talentenjacht mij ineens vertellen dat ik politiek interessant moet vinden? Nee, bedankt.”*

Uit de enquête is gebleken dat jongeren vooral via hun omgeving (online of offline) video's zien of over video's horen. Als die over een bepaalde video praat, is de kans groter dat ze zelf ook gaan kijken. Bij offline moet gedacht worden aan op school, werk of bij vrienden en familie, online aan chat-apps als Whatsapp en Telegram. Ook sociale media hebben veel invloed, als de video daar langskomt is de kans ook groot dat hij bekeken wordt.

Het belangrijkste is dat een video kort en overzichtelijk is en dat in de eerste paar seconden duidelijk wordt waar het over gaat. Een video moet er professioneel uitzien, te veel afleiding is niet geloofwaardig. Jongeren kijken video's vooral via sociale media en horen erover via hun omgeving.



Figuur 11. Bron: enquête.

Hebben sociale media invloed op het stemgedrag van mensen?

Uit onderzoek blijkt dat de inzet van digitale media bij gemeenteraadsverkiezingen flink toeneemt, maar er is nog ruimte voor groei. In 2014 maakte 74% van de gemeenten gebruik van digitale media, onder de 32 grootste gemeenten zelfs 87%.

Inzet digitale media bij laatste drie gemeenteraadsverkiezingen	
2006	29%
2010	58%
2014	74%

Figuur 12. Bron: Dols, Epskamp, Ostaaijen & Zuydam, 2016

Van de communicatie-uitingen via digitale media was een kwart gericht op jongeren. Van alle gemeenten heeft 60% middelen ingezet gericht op jongeren. De helft van de gemeenten die communicatiemiddelen hebben ingezet, vindt dat het (op onderdelen) anders moet. De volgende onderdelen werden genoemd:

- Meer gebruik van sociale media;
- Meer focus op specifieke doelgroepen, met name jongeren;
- Een eerdere start van de communicatie.

Uit het onderzoek bleek dat gemeenten in 2014 tevreden waren over het gebruik van sociale media. Vooral voor het delen van belangrijke mededelingen en stellingen en het beantwoorden van veel gestelde vragen was de inzet van

sociale media nuttig. Ook sprak een aantal gemeenten het nut van het promoten van berichten uit, omdat daar een specifieke groep mee bereikt kan worden. Als laatste gaven de gemeenten aan dat de inzet van video hielp, mits het goede video's waren. Creatieve of persoonlijke video's werkten beter dan saaie video's of video's die door gemeenten en raadsleden zelf waren gemaakt (Dols, Epskamp, Ostaaijen & Zuydam, 2016).

Gemeenten zijn van mening dat ze meer gebruik kunnen maken van sociale media rondom de verkiezingen. Er mag vooral meer focus worden gelegd op de communicatie met jongeren.

Inzet digitale media bij gemeenteraadsverkiezingen 2014	
Grote gemeenten (G32)	87%
Overige gemeenten	73%
Partijen/organisaties	89%

Figuur 13. Bron: Dols, Epskamp, Ostaaijen & Zuydam, 2016

Op welke manier zijn deze jongeren het best te bereiken?

Jongeren zijn moeilijker te boeien dan andere doelgroepen omdat ze minder lang geconcentreerd kunnen blijven. Het is dus belangrijk om de doelgroep in de eerste paar seconden of de eerste alinea te boeien, anders gaan ze door naar de volgende boodschap. Ze leven in de media en zien nauwelijks verschil tussen online en offline, dat loopt bijna naadloos in elkaar

over. Ze zijn niet voor niets gemiddeld 6,5 uur per dag online (Cleeff, 2014).

Jongeren zijn heel geïnteresseerd in zichzelf en hun eigen omgeving. Boodschappen gericht op jongeren moeten dus geen ver-van-mijn-bedshow zijn, maar duidelijk maken welke invloed het heeft op de eigen leefomgeving. De boodschap moet ook in de omgeving van de jongere geplaatst worden: de sociale omgeving, zoals school of sociale media (Graauw, 2017). Ook is het belangrijk om de communicatie aan te passen aan de doelgroep, maar niet te populair te worden. Bij een serieuze boodschap hoort geen populair taalgebruik, dan neemt de doelgroep de boodschap niet serieus (Cleeff, 2014).

De inhoud van de uiting moet snel en concreet zijn. Jongeren worden overspoeld met informatie en hebben alles al gezien. Als ze het niet snel genoeg interessant vinden, zijn ze weg. Ook als ze denken dat de zender niet eerlijk en oprecht is over het doel van de uiting zijn ze weg. Daarnaast is interactie heel belangrijk. Alleen maar zenden helpt niet bij jongeren, er moet iets te doen zijn. Ook moet heel duidelijk zijn wat de jongere er aan heeft om naar de uiting te kijken: "wat heb ik hier aan?" (Ijsfontein, 2013).

Het gebruik van sociale media neemt nog altijd elk jaar toe, ook onder jongeren. Niet alle platforms zijn echter even populair. Het gebruik van Twitter neemt flink af, terwijl het gebruik van Instagram en Snapchat toeneemt. Deze twee

platforms worden voornamelijk door jongeren gebruikt. Ook YouTube wordt steeds populairder. LinkedIn wordt vooral door 25-plussers gebruikt en WhatsApp en Facebook zijn onder alle leeftijden populair (Newcom.com, 2017).

Uit het focusgroepgesprek bleek dat informatie over politiek vooral van nieuwswebsites en nieuws op televisie gehaald werd, maar daar wordt niet actief naar gekeken of gezocht. Pas als het verkiezingstijd is wordt er actief gekeken naar politieke informatie. Dit wordt gedaan via online stemadvies-hulpen en de websites van politieke partijen. *“Ik haal politieke informatie vooral uit mijn omgeving, als mensen er over praten. Als ik actuele informatie wil doe ik de Stemwijzer, voor verkiezingen bijvoorbeeld. En af en toe, als ik iets algemeen wil weten, dan Google ik dat gewoon”*. Ook de omgeving is dus een belangrijke factor, maar voornamelijk offline, in gesprekken. Sociale media werden door één persoon genoemd als bron, anderen deelden dat niet als het om politiek ging.

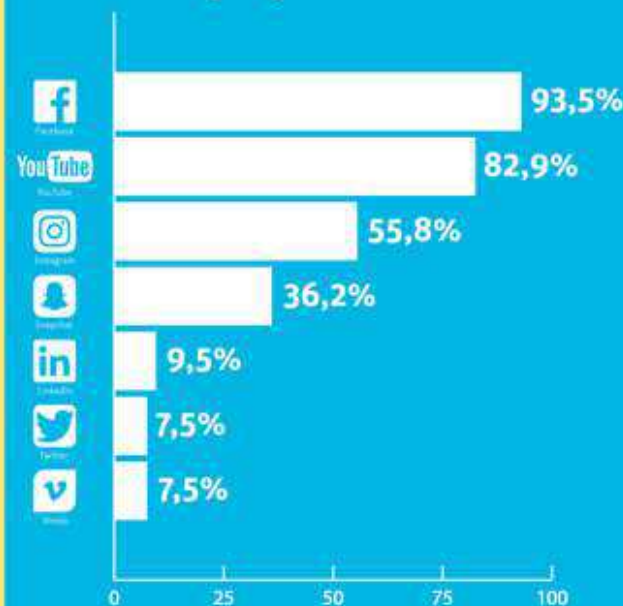
Daarentegen werden sociale media wél als belangrijkste platform genoemd als het ging om het kijken van video's. *“Ik kijk in ieder geval niet op overheidskanalen: dat is een ver van mijn bed show, dus daar kom ik niet. Ik zou vooral Facebook zeggen, daar ben ik ook bij de afgelopen verkiezingen vooral benaderd. Denk aan de bekende kanalen, de kanalen waar ik toch al zit”*. De deelnemers waren het er unaniem over eens dat Facebook het meest geschikte

platform was om (informatieve) video's op te verspreiden. *“Ik scroll zo vaak en zo veel door Facebook, als iets er dan leuk of interessant uitziet, kijk ik”*. Een andere reden was dat op Facebook de verspreider niet per se gevolgd hoeft te worden, het kan ook op andere manieren in een tijdlijn verschijnen. Ook zijn video's op Facebook toegankelijk, de gebruiker hoeft nergens op te klikken of iets te doen, de video speelt uit zichzelf af. Ook YouTube werd genoemd als geschikt medium, maar dat wordt als minder toegankelijk ervaren. *“Youtube is meer voor de lange termijn, als je mijn aandacht al hebt”*. YouTube is ook vooral geschikt als er specifiek naar een onderwerp gezocht wordt. Als iemand niet op een bepaald onderwerp zoekt, komt hij dus ook niet bij dat onderwerp terecht, was de opvatting in de focusgroep.

Jongeren bereiken met politieke informatie is het meest effectief via het onderwijs, blijkt uit de enquête. 86% van de respondenten vindt dat een logische plek om politieke kennis op te doen. Nieuwsmedia waren voor 71% van de respondenten een geschikte bron en sociale media voor 43% van de respondenten.

Het is belangrijk jongeren in de eerste paar seconden of in de eerste paar regels te boeien, anders gaan ze door naar de volgende boodschap. Er moet duidelijk gemaakt worden welke invloed de boodschap op de jongere zelf heeft en dat moet snel en concreet gebeuren, anders haakt hij af. Politieke informatie

Op welke sociale media bekijk je video's?



Figuur 14. Bron: enquête

wordt vooral gezocht in verkiezingstijd, via het nieuws en via stemhulpen. Sociale media worden daar niet voor gebruikt, terwijl deze voor video's wel heel geschikt zijn: vooral Facebook en YouTube. De meest geschikte plek om jongeren te bereiken met politiek, is het onderwijs.

Is video geschikt om informatie over te brengen?

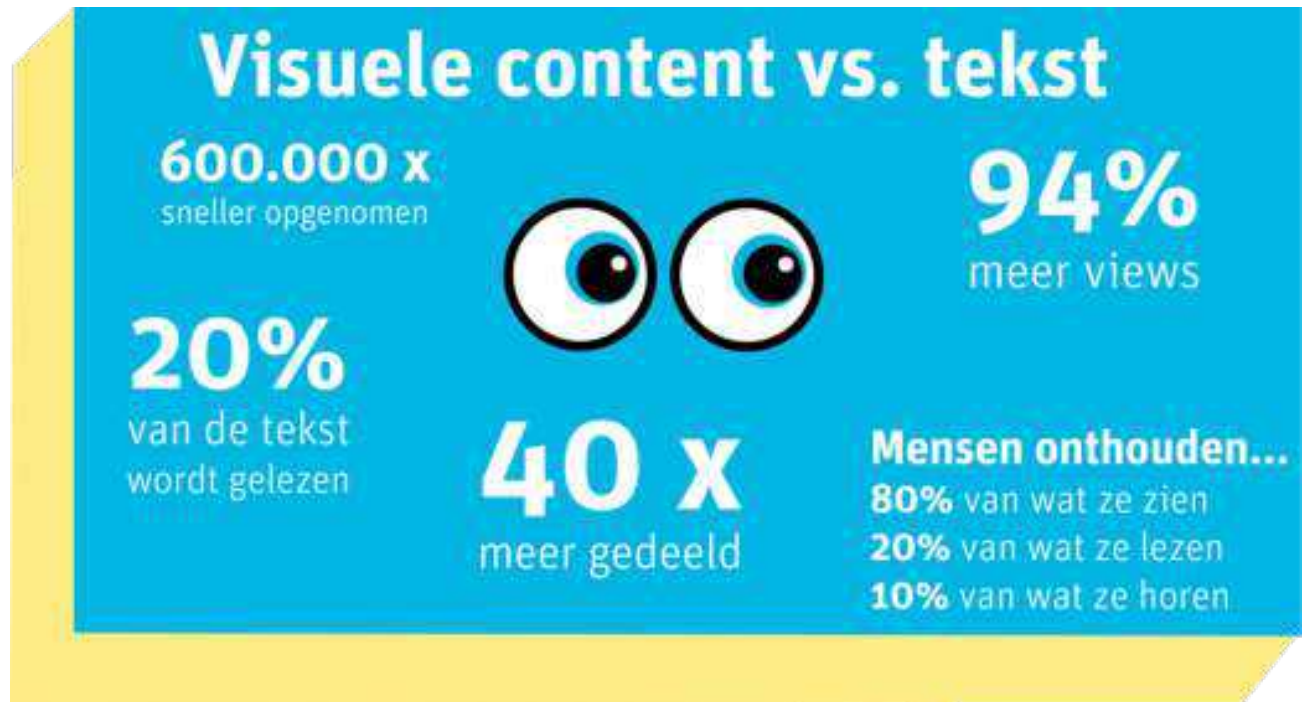
Meer dan 60% van de mensen geeft de voorkeur aan video boven tekst. Vooral jongeren zien liever beeld dan tekst op sociale media en we leren ook meer van beeld, in ieder geval op de korte termijn. Dat heeft drie redenen:

Evolutionair: we verwerken al meer dan een miljoen jaar beelden, terwijl lezen nog maar iets meer dan honderd op grote schaal gebeurt. Beeld verwerken doen we automatisch dus dat kost bijna geen moeite, terwijl tekst verwerken moeite kost omdat we dat bewust doen.

Cognitief: beeld versnelt de communicatie en versterkt begrip, herkenning en het vasthouden van kennis. Het helpt ons tekst te ontcijferen en informatie te herkennen.

Emotioneel: beeld prikkelt onze fantasie en daagt uit om creatief te denken. Het stimuleert emoties en daardoor heeft het invloed op onze manier van leren en het nemen van beslissingen.

Toch hebben we ook tekst nodig om te leren. Op de korte termijn is gesproken tekst met plaatjes het meest effectief, op de lange termijn geschreven tekst met plaatjes. Die plaatjes zijn het meest effectief als ze ook zonder geluid een verhaal vormen, dan zorgen ze voor het grootste leereffect. Wel moet het simpel blijven, want decoratieve plaatjes zorgen voor afleiding en daarom voor een negatief leereffect (Tin-
qwise, 2017).



Figuur 15. Bron: Frankwatching, 2014

De meerderheid van de mensen, en dan voornamelijk jongeren, ziet liever beeld dan tekst. Dit komt doordat mensen beelden beter kunnen verwerken dan tekst en meer leren van beeld. Toch is tekst nodig om te leren, dus de combinatie van beeld en tekst is het meest effectief.

Wat heeft ProDemos al gedaan om deze jongeren te motiveren om te gaan stemmen?

ProDemos is samen met het Ministerie van Binnenlandse Zaken begonnen met onderzoeken

hoe ze de groep First Time Voters kunnen bereiken. Omdat er weinig onderzoek is gedaan naar wat wel en niet werkt bij deze doelgroep, is het plan om verschillende activiteiten aan te bieden en te onderzoeken wat voor een effect deze hebben.

Op dit moment organiseert ProDemos niet of nauwelijks activiteiten gericht op deze groep. Wel bieden ze veel gastlessen aan, ook op het MBO/HBO, waar gebruik van kan worden gemaakt. Ook is ProDemos heel actief in de leeftijdsgroep 12-18, dus voordat iemand First Time Voter wordt. Uit onderzoek van ProDe-

mos is gebleken dat de activiteiten die ze aanbieden aan die leeftijdscategorie zorgt voor een positievere houding ten opzichte van politiek en meer kennis van het politieke stelsel (ProDemos, 2015).

Wat hebben andere organisaties al gedaan om deze jongeren te motiveren om te gaan stemmen?

Elke Stem Telt – 2017. Bereik: Facebook 30, YouTube 142.000, Twitter -.

Een videocampagne van Binnenlandse om te laten zien waarom het belangrijk is om naar de stembus te gaan. De video's worden verspreid via televisie en sociale media en richten zich vooral op het belang van stemmen (Rijksoverheid, 2017).

De Stembus – 2017. Bereik: Facebook 17.379, YouTube 28.000, Twitter 10.615.

De Stembus was een initiatief in aanloop naar de Tweede Kamerverkiezingen in 2017. Het doel was zo veel mogelijk jonge mensen te motiveren om te gaan stemmen door met bekende Nederlanders naar scholen te gaan en via sociale media oproepen te doen (De Stembus, 2017).

Polertiek - 2017. Bereik: Facebook -, YouTube 48.000, Twitter -.

BNN-presentator Tim Hofman is vanuit het YouTube-programma #BOOS begonnen met

#BOOS Polertiek. In dat programma worden onderwerpen behandeld die jongeren aanspreken. In de bijbehorende app stond ook een stemhulp, speciaal gemaakt voor jongeren (BNN, 2016).

Jongerenkieswijzer - 2017. Bereik: Facebook 1241, YouTube -, Twitter 118.

De Stemwijzer, maar dan met stellingen die jongeren aanspreken, dat is de jongerenkieswijzer. De initiatiefnemers waren van mening dat jongeren het pensioenstelsel en de hypotheekrenteaftrek niet boeiend vinden, en het leenstelsel, het openbaar vervoer en het milieu juist wel (NOS op 3, 2017).

#VOOT - 2017. Bereik: Facebook 244, YouTube 209, Twitter 10.

YouTube-programma #VOOT riep jongeren op naar de stembus te gaan, gaf uitleg over het politieke systeem in Nederland en over het belang van stemmen. Er werden thema's behandeld en uitgelegd die jongeren aanspreken en vragen van kijkers beantwoord, om politiek iets minder ingewikkeld te maken (VOOT, 2017).

Partijwijzer - 2017. Bereik: 216.436 keer ingevuld.

De Partijwijzer is de Stemwijzer, maar dan gericht op thema's die jongeren interessant vinden. De Partijwijzer werd gemaakt door de drie jongerenzenders van de NPO (3FM, FunX en NPO3) in samenwerking met ProDemos (NPO 3FM, 2017).

Stemdan.nl - 2017. Bereik: Facebook 440, YouTube -, Twitter 141.

Alle veel gestelde vragen over de verkiezingen worden beantwoord op de website stemdan.nl. Mag ik stemmen, op wie moet ik stemmen, hoe moet ik stemmen: stemdan.nl probeert alle drempels weg te nemen op weg naar de stembus (Stemdan.nl, 2017).

Er zijn al vaker initiatieven geweest om jongeren te motiveren om te gaan stemmen. Veel van deze initiatieven zijn er op gericht om jongeren te overtuigen naar de stembus te gaan of te helpen in hun stemkeuze.

Conclusies

Inhoud

Jongeren vinden politiek wel belangrijk en nemen het zeker serieus, maar daarnaast is het vooral erg saai. Politici zijn oud, politiek op tv is saai en politiek actief zijn is vreemd (Riemersma, Stroop & Tieleman, 2017). Uit onderzoek blijkt dat mensen die politiek niet interessant vinden ook veel minder vaak de gang naar de stembus maken. Daar bovenop komt dat jongeren over het algemeen minder stemmen, omdat ze niet goed weten waar het over gaat (Aalberts, 2007). Daardoor ontstaat een vicieuze cirkel. Omdat deze jongeren politiek bij voorbaat niet interessant vinden, komen ze er ook niet mee in aanraking en is het dus moeilijk om ze ervoor te interesseren (Aalberts, 2014). In dit onderzoek is onderzocht op welke manier jongeren dus wél te interesseren zijn voor politiek, in ieder geval zo dat ze gemotiveerd worden naar de stembus te gaan.

De opkomstcijfers onder jongeren waren bij de laatste twee Tweede Kamerverkiezingen, de Gemeenteraadsverkiezingen en het referendum altijd lager dan het landelijk gemiddelde. Dit is gebleken uit peilingen die na de verkiezingen werden gehouden: precieze cijfers zijn niet beschikbaar omdat er in Nederland anoniem gestemd wordt (Ipsos, 2017).

Wel is er een verklaring voor het feit dat jongeren minder naar de stembus gaan. Het is

moeilijk deze groep te interesseren voor politiek omdat ze het niet begrijpen. In de enquête zei 65,6% van de respondenten dat ze in grote lijnen snappen hoe het politieke systeem in Nederland werkt. Uit onderzoek is gebleken dat men het belang van stemmen eerder inziet als ze het systeem snappen, en daardoor gaan ze eerder naar de stembus (Riemersma, Stroop & Tieleman, 2017). Het systeem wordt echter als ingewikkeld ervaren en jongeren weten niet zo goed waar ze die informatie moeten vinden, bleek uit de focusgroep. Politici zelf bieden geen uitkomst, die worden saai, stoffig en langdradig gevonden. Het is dus van belang dat het systeem op een andere manier duidelijk gemaakt wordt voor jongeren: als ze dat snappen, is de kans groter dat ze de gang naar de stembus maken. De respondenten van de enquête die niet hebben gestemd bij de laatste gemeenteraadsverkiezingen, gaven als belangrijkste motivaties om niet te gaan *“Ik vind het niet belangrijk”* en *“Ik snapte niet waar ik voor stemde”*.

Manieren om ze te overtuigen zijn ook naar voren gekomen. Veel mensen hebben het gevoel dat hun stem toch niet uitmaakt en gaan daarom niet stemmen. Mensen die het belang van hun stem inzagen en wisten dat stemrecht helemaal niet vanzelfsprekend hoeft te zijn, waren geïnteresseerder in de politiek en gemotiveerder om te gaan stemmen. Ook werd gezegd dat het motiveert als precies duidelijk is wat de verkiezingen bepalen voor hun eigen

leven en omgeving. Het is dus belangrijk dat dit goed uitgelegd wordt.

Vorm

Een informatieve video over een serieus onderwerp moet in ieder geval kort en overzichtelijk zijn, werd aangeraden in de focusgroep. In de eerste paar seconden moet de aandacht getrokken zijn en duidelijk worden waar de video over gaat. Het moet er kwalitatief goed uitzien en er moet iets gebeuren in beeld: een pratend hoofd is saai en lelijk. Het onderwerp moet luchtig gebracht worden en het wordt niet op prijs gesteld als er opzettelijk humor wordt gebruikt, terwijl dat niet nodig is voor de boodschap. Ook bekende personen die niets met het onderwerp te maken hebben worden niet serieus genomen. Wel zijn die mensen volgens de deelnemers aan de focusgroep geschikt om de video's te promoten.

Uit onderzoek is gebleken dat digitale media een belangrijke rol spelen voor politici en politieke partijen om hun achterban te bereiken. Een kwart van de gemeenten maakte bij de laatste gemeenteraadsverkiezingen in 2014 nog geen gebruik van digitale media en de gemeenten die er wel gebruik van maakten, gaven aan dat er nog een paar verbeterpunten waren. De belangrijkste verbeterpunten gingen over jongeren en sociale media: daar moet meer de focus op gelegd worden. Sociale media zijn vooral nuttig om in te zetten bij het beant-

woorden van veel gestelde vragen. Daarnaast helpt het inzetten van video's, vooral creatieve of persoonlijke video's werken goed (Dols, Epskamp, Ostaaen & Zuydam, 2016).

Jongeren hebben minder concentratie dan andere doelgroepen, dus is het belangrijk om ze in de eerste paar seconden van een video of tekst te boeien. De inhoud van een uiting moet daarnaast snel en concreet zijn. Ze zijn gemiddeld 6,5 uur per dag online, dus dat is de plek om jongeren te bereiken. Omdat jongeren heel geïnteresseerd zijn in zichzelf en hun omgeving, is het belangrijk dat de boodschap persoonlijk is en dat het in de eigen omgeving te zien is: ze moeten niet buiten hun comfort zone hoeven gaan (Graauw, 2017). Ook neemt de doelgroep de boodschap niet serieus als er te populaire of te moeilijke taal gebruikt wordt. Het taalgebruik moet helder, kort en neutraal zijn (Cleeff, 2014).

Verspreiding

Jongeren bereiken met politieke informatie is het meest effectief via school, blijkt uit de enquête. 86% van de respondenten vindt dat een logische plek om politieke kennis op te doen. Nieuwsmedia waren voor 71% van de respondenten een geschikte bron en sociale media voor 43% van de respondenten.

De platforms om de doelgroep te bereiken zijn Facebook, YouTube, Instagram en Snapchat.

Van die platforms zijn Facebook en YouTube het meest geschikt, omdat hier geen limiet is aan de lengte van een video en omdat serieuze content daar past (Newcom.com, 2017). In de focusgroep werden Facebook en YouTube ook genoemd, simpelweg omdat van die platformen het meest gebruik wordt gemaakt. Van de respondenten op de enquête keek 94,4% wel eens video's op Facebook en 83,8% keek video's op YouTube. Facebook werd als iets toegankelijker gezien, omdat er niet gezocht hoeft te worden naar informatie: het verschijnt vanzelf in de tijdlijn. YouTube daarentegen is geschikter voor serieuze content en daar kan gericht gezocht worden als men op zoek is naar specifieke informatie.

Video is de meest geschikte manier om informatie over te brengen. Ruim 60% van de mensen geeft de voorkeur aan video boven tekst, vooral jongeren. Visuele content wordt 94% meer bekeken op sociale media dan geschreven content en veertig keer meer gedeeld (Frankwating, 2014). De combinatie van beeld en tekst is de meest effectieve leermethode. Op korte termijn is dat gesproken tekst met plaatjes, op de lange termijn geschreven tekst met plaatjes. Optimaal zou dus de combinatie van gesproken tekst, geschreven tekst en plaatjes zijn. Die plaatjes zijn dan weer het meest effectief als ze een op zichzelf staand verhaal vormen en simpel zijn: een teveel aan decoratieve plaatjes leidt af (Tinqwise, 2017).

ProDemos heeft ervaren dat contact leggen met deze groep moeilijk is en dat deze groep minder beïnvloedbaar is dan de groep 12- tot 18-jarigen. Ook is deze laatste groep makkelijker te bereiken, via contacten met leraren maatschappijleer. Uit eigen onderzoek van ProDemos is gebleken dat de activiteiten die ze aanbieden in die leeftijdsgroep een positief effect hebben op de houding ten opzichte van politiek en de kennis van politiek (ProDemos, 2015). Andere organisaties hebben wel dingen opgezet om 18- tot 25-jarigen te bereiken, maar deze waren er voornamelijk op gericht om jongeren te overtuigen om te gaan stemmen en niet zo zeer om vragen te beantwoorden. De platforms die daar wel op gericht waren, hadden geen groot bereik.

Aanbevelingen

Inhoud

Jongeren geven aan weinig interesse in politiek te hebben. Vaak zijn ze zich niet bewust van de invloed van de politiek op hun leven, omdat ze sommige zaken niet zien als een zaak waar de politiek over gaat. Ook hebben jongeren het gevoel dat ze toch geen inspraak kunnen hebben in politieke besluiten, omdat het te ver van ze af staat (Aalberts, 2014). Een derde van de jongeren denkt dat politici toch niet geïnteresseerd zijn in hun mening, maar alleen in hun stem. De helft denkt dat ze geen invloed kunnen hebben op de politiek (I&O Research, 2017). In de

focusgroep werd gezegd dat het motiveert als precies duidelijk is wat de uitslag van de verkiezingen verandert aan hun eigen leven. Dit was lang niet altijd duidelijk voor de verschillende overheidslagen. Het is dus van belang om in de uitingen van ProDemos de nadruk te leggen op deze problemen. Jongeren weten niet welke invloed de politiek op hun leven heeft, dus moet in de uitingen uitgelegd worden wat die invloed precies is. Ook moet duidelijk worden op welke manier jongeren invloed kunnen hebben op de politiek, omdat een groot deel denkt dat ze dat niet kunnen hebben.

Daarnaast blijkt uit het onderzoek dat jongeren stemmen wel belangrijk vinden, maar dat ze niet weten hoe te besluiten waar ze op moeten stemmen (Dols, Epskamp, Ostaijen & Zuydam, 2016). Daarom is het ook belangrijk dat er handvaten aangereikt worden waarmee de doelgroep haar stem kan bepalen. Hierbij is het belangrijk dat het geen politieke lading krijgt, maar dat er neutrale tips gegeven worden hoe er op een makkelijke manier politieke informatie vergaard kan worden.

Ook geeft een groot deel van de doelgroep aan het onderwerp politiek ingewikkeld te vinden. Jonge mensen die het politieke systeem snappen, gaan ongeacht opleidingsniveau sneller naar de stembus (Riemersma, Stroop & Tieleman, 2017). Het systeem en de onderwerpen worden als moeilijk ervaren en de groep die dit vindt weet ook niet goed waar ze de informatie dan vandaan moeten halen. Hier kan ProDe-

mos gebruik van maken: het systeem en de onderwerpen moeten makkelijk en toegankelijk uitgelegd worden.

Als laatste moet het belang van stemmen uitgelegd worden. In de focusgroep werd genoemd dat het geen zin heeft om te gaan stemmen, omdat die ene stem toch het verschil niet zou maken. De mensen in die groep die het belang van hun stem inzagen en wisten dat stemrecht helemaal niet vanzelfsprekend hoeft te zijn, waren geïnteresseerder in de politiek en gemotiveerder om te gaan stemmen. Ook uit de enquête bleek dat de respondenten die niet hebben gestemd bij de laatste gemeenteraadsverkiezingen, gemotiveerder zouden zijn om wel te stemmen als ze het belang van hun stem inzagen.

Vorm

Video is de meest geschikte vorm om de boodschap in de brengen. Meer dan 60% van de mensen geeft de voorkeur aan video boven tekst. Vooral jongeren zien liever beeld, zeker op sociale media. Over het algemeen wordt visuele content 600.000 keer sneller opgenomen, het genereert 94% meer views en het wordt veertig keer vaker gedeeld (Frankwise, 2014). Vooral de combinatie tussen tekst, beeld en geluid wordt positief beoordeeld. Daarbij komt dat mensen meer leren van beeld, in ieder geval op de korte termijn. Dan is gesproken tekst met plaatjes het meest effectief. Op lange termijn werkt geschreven tekst met plaatjes beter. Al deze elementen –beeld, tekst en geluid–

moeten dus gecombineerd worden in de video. Het beeld moet een op zichzelf staand verhaal vormen en het moet simpel blijven: decoratieve plaatjes en logo's leiden te veel af (Tinqwise, 2017).

Het verhaal dat de voice-over vertelt moet zo geschreven zijn dat de kijker direct aangesproken wordt. Individueel contact is heel belangrijk voor jongeren, als ze persoonlijk aangesproken worden (online of offline) is de kans groter dat ze interesse tonen dan wanneer de boodschap op een grote groep gericht is (Graauw, z.d.). Het is ook belangrijk om concrete vragen te stellen: Wat moet de kijker doen? Waar moet de kijker over na gaan denken? Welke keuze moet de kijker gaan maken? Deze vragen moeten opgeworpen worden in de video en er moeten handvaten gegeven worden zodat de kijker voor zichzelf een antwoord kan formuleren (IJS-fontein, 2013).

De toon van de video's moet aangepast worden aan de doelgroep, maar bij een serieuze onderwerp hoort volgens jongeren geen populair taalgebruik. Dit wordt sowieso niet gewaardeerd als de afzender geen leeftijdsgenoot is (Cleeff, 2014). Jongeren vinden politiek een serieus onderwerp en daarom is opleuken niet nodig: als er neerbuigend gedaan wordt, gaan ze weg (Aalberts, 2007). De focusgroep gaf ook aan dat humor niet op prijs wordt gesteld in een video over politiek. Luchtigheid is wel op zijn plaats.

Verspreiding

De verspreiding van de video's is het meest effectief als het via sociale media en via het onderwijs wordt gedaan. Jongeren gaan niet snel buiten hun eigen omgeving en sociale media en school zijn een groot onderdeel van hun omgeving (Graauw, 2017). Van de verschillende sociale media worden Facebook en YouTube door de doelgroep het meest gebruikt (Newcom.com, 2017), dit bleek ook uit de enquête. In de focusgroep werd aangegeven dat dit ook de meest geschikte platforms zijn om serieuze, ingewikkelde informatie te verspreiden. Facebook is vooral geschikt omdat de verspreider niet per se gevolgd hoeft te worden, het kan ook op andere manieren in een tijdlijn verschijnen. Ook zijn video's op Facebook toegankelijk, de gebruiker hoeft nergens op te klikken of iets te doen, de video speelt uit zichzelf af. YouTube werd als minder toegankelijk ervaren, maar juist wel geschikt als er op specifieke onderwerpen werd gezocht of als iemand al heeft bepaald dat hij de video's interessant vindt.

Het heeft geen nut om bekende personen in de video te gebruiken, dit werkt juist averechts, maar het heeft wel zin om ze te gebruiken om de content te promoten. Ook werkt gesponsorde content goed om het bereik te vergroten. Op basis van de informatie van gebruikers van het sociale medium waar de content op staat, verschijnt de post prominent op hun tijdlijn. Er wordt een grotere, gerichtere doelgroep be-

reikt als voor een post betaald is en gesponsorde content wordt positiever beoordeeld dan reguliere advertenties. Ook worden gesponsorde berichten, in tegenstelling tot reguliere advertenties, niet geblokkeerd door AdBlockers (Højfeldt Lund, 2015).

Naast sociale media is ook het onderwijs een goede manier om de video's te verspreiden. Uit de enquête bleek dat één van de voornaamste manieren om politieke kennis op te doen, via school is. Ook werd in het focusgroepgesprek en in de enquête aangegeven dat lessen politiek ook na de middelbare school handig blijven. Dit komt volgens de respondenten en deelnemers ze tijdens de lessen politiek op de middelbare school nog geen stemrecht hadden en het daarom minder interessant vonden. Voor ProDemos ligt hier dus een kans: lessen of lesmateriaal aanbieden aan mbo's en hogescholen voor stemgerechtigde studenten, in de tijd dat ze er geïnteresseerd in zijn – verkiezingstijd dus.

Eisen

Vanuit ProDemos wordt een aantal eisen gesteld aan de video's. Ten eerste moeten ze in de huisstijl ontworpen worden: de kleuren en lettertypes moeten kloppen met de andere uitingen van het bedrijf. Daarnaast moeten de video's gemaakt worden in lijn met eerdere video's van ProDemos, voor de herkenbaarheid. Ook vindt het bedrijf het belangrijk dat

de boodschap, vorm en verspreiding politiek onafhankelijk en partijneutraal is. De video's moeten in lijn zijn met de missie en visie van ProDemos en ze moeten op verschillende platformen inzetbaar zijn, van sociale media tot in lessen op school. Als laatste eis moeten de video's zowel als serie als los te bekijken zijn.

Middelen

Om de video's te kunnen realiseren zijn er verschillende middelen nodig. Ten eerste de resultaten uit het literatuur- en praktijkonderzoek, om te bepalen wat de inhoud en vorm van de video's wordt en op welke manier deze verspreid worden. Als dit vastgesteld is, moet er een scenario geschreven worden. Daarin wordt de inhoud vastgelegd en dit wordt als leidraad gebruikt om de animaties te ontwerpen. Ook spreekt de voice-over de tekst in die in het scenario is vastgelegd.

Als het scenario klaar is moet het storyboard getekend worden. Deze wordt gemaakt aan de hand van het scenario en moet een duidelijk beeld geven van hoe de video eruit gaat zien. De figuren, kleuren en bewegingen moeten duidelijk worden aan de hand van het storyboard.

Tegelijk met het storyboard moet de voice-over ingesproken worden, zodat gelijk begonnen kan worden met het beroepsproduct als de deelproducten klaar zijn. De voice-over is namelijk bepalend voor de timing in de video.

Om de video te maken is computersoftware van Adobe nodig. De voice-over wordt bewerkt en geknipt in Audition, de foto's (indien nodig) worden bewerkt in Photoshop, in Illustrator worden de iconen en illustraties gemaakt en in AfterEffects wordt het geanimeerd.

Beperkingen

Het streven voor de steekproef was 385 respondenten. Op die manier waren de uitslagen van de enquête voor 95% betrouwbaar met een foutmarge van 5%. 358 mensen hebben de enquête ingevuld, van wie er 199 binnen de doelgroep vallen. Alleen die 199 respondenten worden meegenomen in de resultaten. Daardoor is de betrouwbaarheid 84,1% en de foutmarge 6,95% (Steekproefcalculator, 2017).

De verhouding tussen lager- en hoger opgeleiden onder de respondenten is 30% tegen 70%. Deze aantallen kloppen niet met de verhouding in de populatie, daar is het namelijk 41,2% tegen 58,8%. Dit geeft dus een licht vertekend beeld van de populatie.

Ook heeft de periode waarin het onderzoek is gedaan wellicht invloed gehad op de uitslag van de focusgroep en de enquête. Het onderzoek viel tegelijk met de kabinetsformatie, een periode die van grote invloed is op het vertrouwen in de politiek (BNR, 2017). In andere, politiek gezien rustiger periodes zou de uitslag van het onderzoek anders uit kunnen vallen.

Conceptontwerp

Verantwoording

Het conceptontwerp van het beroepsproduct bestaat uit scripts (bijlage I) en storyboards (bijlage III). De scripts zijn gemaakt om de precieze inhoud van de video's vast te stellen. De tekst van het script wordt gevisualiseerd in de storyboards en daarna in de video's, dus is het belangrijk dat deze inhoudelijk helemaal klopt. Ook is het script de tekst die de voice-over voorleest. De storyboards zijn gemaakt om de visualisatie aan de opdrachtgever voor te leggen. Tijdens het proces van de video's maken is het tijdrovend om achteraf nog aanpassingen door te voeren, omdat dan de hele video aangepast en opnieuw geëxporteerd moet worden. Door middel van storyboards kan er dus makkelijk feedback gegeven worden op de visualisatie, zonder dat dit veel extra tijd kost. Ook is dit voor de maker zelf handig als geheugensteun tijdens het maken van de video.

Inhoud

Uit het onderzoek is gebleken dat de motivatie van jongeren om te gaan stemmen groter wordt als ze snappen wat de invloed van die verkiezingen op hun leven is. Daarom wordt in de eerste video uitgelegd wat de gemeente precies doet. De onderwerpen die genoemd worden zijn onderwerpen waar jongeren veel mee te maken hebben of in zijn geïnteresseerd. Ook bleek dat veel jongeren het gevoel hebben

dat stemmen toch geen zin heeft. De tweede video is daarom gewijd aan het uitleggen van het belang van een stem. Ook wordt daarin uitgelegd op welke manier jongeren invloed op de politiek kunnen uitoefenen buiten verkiezingstijd.

Daarnaast is uit het onderzoek gekomen dat veel jongeren niet goed weten waar ze op stemmen bij gemeenteraadsverkiezingen. Ze weten wel redelijk hoe de landelijke politiek in elkaar zit, maar bij de gemeente blijkt dit een struikelblok. Daarom is video drie gebruikt om uit te leggen hoe de gemeentepolitiek precies werkt, dus waar ze bij die verkiezingen precies op stemmen. In navolging van dit onderwerp is video vier gebruikt om de route van een stem in beeld te brengen. De politiek en de verkiezingen werden namelijk als niet transparant en niet duidelijk ervaren, dus wordt in deze video uitgelegd wat er precies met een stem gebeurt en hoeveel invloed die ene stem kan hebben.

In de vijfde video wordt uitgelegd hoe iemand kan bepalen waar hij op stemt. Jongeren gaven namelijk aan dat ze het lastig vinden om dit uit te zoeken, omdat er zo veel politieke informatie op ze gestort wordt in verkiezingstijd. In de laatste video wordt uitgelegd hoe er gestemd moet worden. Er is niet onderzocht of men dit wel of niet kan, maar de doelgroep bestaat uit jongeren die voor het eerst gaan stemmen, dus is er voor gekozen om uit te leggen hoe stemmen precies werkt en wat er wel en niet mag.

Vorm

Er is gekozen voor video als vorm van de boodschap. Uit het onderzoek is gebleken dat dit de meest toegankelijke manier is om jongeren te bereiken. Ook wordt video beter onthouden én beter bekeken op sociale media dan tekst. De combinatie van beeld, tekst en geluid is het meest effectief, dus is daar (grotendeels) voor gekozen. Niet alles zal in tekst te zien zijn, maar wel een deel van het verhaal. Het beeld zal bestaan uit simpele plaatjes die een op zichzelf staand verhaal vormen, omdat dit voor het grootste leereffect zorgt. Wel is het belangrijk dat de plaatjes niet afleiden van het verhaal, dus de plaatjes zullen zo simpel en herkenbaar mogelijk zijn, zonder afleiding van veel kleuren of logo's.

De boodschap moet zo gebracht worden dat de kijker persoonlijk aangesproken wordt, dat trekt bij jongeren namelijk de meeste aandacht. Ook moet de inhoud van de video concreet zijn, met duidelijke vragen, antwoorden en voorbeelden. Daarom is dit in de video ook terug te zien: de informatie wordt heel feitelijk weergegeven en opgesomd.

Een belangrijk punt uit het onderzoek was dat jongeren graag op een volwassen manier aangesproken willen worden als het om een serieus onderwerp gaat. Populair taalgebruik wordt niet op prijs gesteld, evenals humor. De inhoud moet wel luchtig gebracht worden, maar het onderwerp is niet humoristisch dus

hoeven de video's dat ook niet te zijn. De tekst voor de video's is geschreven 'zoals je het aan een vriend uit zou leggen' om deze punten er zo goed mogelijk in te verwerken.

Verspreiding

De video's zullen verspreid worden via Facebook, YouTube en verschillende scholen. Op Facebook zullen het gesponsorde video's worden, omdat dit de meest effectieve manier is om een groot deel van de doelgroep te bereiken. Ook worden ze op YouTube geplaatst als verzameling video's, zodat ze makkelijk allemaal te vinden zijn als iemand informatie over politiek, verkiezingen of de gemeente zoekt.

In het onderwijs zullen ze gebruikt worden binnen bepaalde lesvormen die ProDemos aanbiedt. Ook wordt er in nieuwsbrieven en onderwijskranten naar de video's verwezen en worden ze aangeboden aan gemeenten om te gebruiken in aanloop naar de verkiezingen.

Evaluatie

Scripts

De scripts voor de video's zijn inhoudelijk en taalkundig gecontroleerd door drie medewerkers van ProDemos, allen van de afdeling educatie. Twee van hen zitten ook in een gemeenteraad. De volledige feedback en de aanpassingen die gedaan zijn, zijn te vinden in bijlage II.

De informatie die in de eerste versie van de

scripts stond, mocht nog concreter worden opgeschreven. Ook mochten de voorbeelden die gegeven werden gevarieerder zijn. Sommige informatie moest genuanceerder en subtieler gebracht worden om controverse te voorkomen, bijvoorbeeld bepaalde informatie over asielzoekers. Ook zat er informatie in de scripts die overbodig bleek voor de boodschap, dus die werd geschrapt. Anderzijds ontbraken er ook stappen in processen, die nog toegevoegd moesten worden. Als laatste waren er een aantal taalkundige suggesties die aangepast zijn.

Storyboards

De storyboards zijn besproken met Bob Dickhoff, docent vormgeving en video. Hij heeft naast zijn baan als docent een bedrijf in animatievideo's, die hij maakt voor grote bedrijven. Met deze ervaring heeft hij naar de storyboards gekeken en feedback gegeven. Die zijn goedgekeurd, maar er kwam wel feedback op hoe de video er uit moest komen te zien. De video's mochten minder plat gemaakt worden: de achtergrond met perspectief en de figuren een kleine schaduw. Dit om de video wat dynamischer te maken en dus interessanter om naar te kijken. Ook mocht er wat meer beweging in de figuren zitten.

Doelgroep

De scripts en storyboards zijn bekeken door twee mensen uit de doelgroep, die ook aan het onderzoek hebben meegewerkt. De story-

boards waren volgens hen helder, wel mochten er een aantal iconen aangepast worden omdat ze niet duidelijk of sprekend genoeg waren. Op de scripts was, behalve een aantal taalkundige suggesties, weinig aan te merken. Deze twee mensen zagen de scripts nadat de aanpassingen vanuit ProDemos waren verwerkt.

Realisatie

Beroepsproduct

Het resultaat van mijn afstudeeropdracht is een serie 2D-geanimeerde uitlegvideo's. Het doel van de video's is dat de kijker gemotiveerd wordt naar de stembus te gaan, in eerste instantie voor de gemeenteraadsverkiezingen in 2018, maar ook op de langere termijn. De video's zijn gericht op 18- tot 25-jarigen en maken in beeld en in audio duidelijk wat de gemeentepolitiek en de gemeenteraadsverkiezingen inhouden. De vraag vanuit de opdrachtgever was: "Welke inhoud moeten onze video's hebben om mbo- en hbo-studenten tussen de 18 en 25 te activeren in maart 2018 naar de stembus te gaan?". Uit het onderzoek bleek dat jongeren niet goed snappen waar politiek over gaat en hoe het werkt, en dat ze daarom niet gaan stemmen. Hoe beter iemand het politieke stelsel snapt, hoe groter de kans dat hij naar de stembus gaat. Kennis is dus motivatie (Riemersma, Stroop & Tieleman, 2017).

Daarnaast is er onderzoek gedaan naar het verbeteren van de opkomst bij gemeenteraadsverkiezingen. Uit dat onderzoek is niet gebleken dat er een relatie is tussen het verspreiden van video's en de opkomst. Wel gaven verschillende gemeenten aan dat de manier waarop de video's gemaakt worden, heel belangrijk is. Creatieve video's of video's die door andere stemgerechtigden (leeftijdsgenoten bijvoorbeeld) gemaakt worden, lijken het beter te doen dan saaie video's van bijvoorbeeld politici (Dols, Epskamp, Ostaijen & Zuydam, 2016). Deze onderzoeksresultaten zijn terug te zien in het beroepsproduct.

ProDemos wilde graag animatievideo's en uit het onderzoek bleek ook dat dit de meest effectieve manier was om de kijker iets uit te leggen. Beeld helpt om tekst te ontcijferen en beelden zorgen voor begrip, herkenning en het vasthouden van kennis. Vooral de combinatie van beeld, gesproken tekst en geschreven tekst werkt goed. Daarom komt dit alle drie terug in de video's: steekwoorden worden in beeld geschreven, de voice-over vertelt het hele verhaal en de visualisatie ondersteunt dat verhaal. Op deze manier zou de kijker er het meest van op moeten steken en de boodschap het best onthouden.

Gemaakte keuzes

Naar aanleiding van de gemaakte scripts en storyboards is er feedback gekomen van me-

dewerkers van ProDemos, een docent beeld en vormgeving en twee mensen uit de doelgroep.

Voor de scripts is ervoor gekozen om deze te schrijven 'zoals je het aan een vriend uit zou leggen'. De doelgroep van de video's wil graag serieus genomen worden, dus de boodschap heel humoristisch brengen was geen optie. Heel ingewikkeld taalgebruik was ook niet geschikt omdat uit de fieldresearch bleek dat de doelgroep graag wil dat een ingewikkeld onderwerp op een simpele, heldere manier gebracht wordt. Ingewikkeld en wollig taalgebruik leidt alleen maar af van de boodschap.

Ook stonden in de eerste versie van de scripts veel dezelfde voorbeelden van taken van de gemeente, over onderwerpen waar jongeren veel mee te maken hebben. In overleg met de medewerkers van ProDemos is dit aangepast naar meer verschillende voorbeelden, om de kijker een zo gevarieerd mogelijk beeld te geven van wat de gemeente doet. Daarnaast zijn er een aantal dingen in de tekst aangepast omdat die te ongenueanceerd of te politiek gekleurd waren. ProDemos streeft onpartijdigheid na in haar uitingen, dus zijn een aantal zinnen aangepast die iets anders konden suggereren.

De storyboards waren gemaakt op basis van de eerste versie van de scripts, dus er is veel veranderd ten opzichte van de uiteindelijke video's. Ook heeft een docent beeld en vormgeving van Saxion, Bob Dickhoff, feedback gegeven op de visualisatie van de video's. Naar aanleiding van

zijn feedback zijn er ook een aantal dingen veranderd.

Ten eerste zijn de video's minder 'plat' gemaakt. De achtergrond was oorspronkelijk één egale kleur, maar daar is perspectief in aangebracht om de video wat meer diepte te geven. Om diezelfde reden hebben de figuren in de video een schaduw gekregen, dit hadden ze in de eerste versie niet.

Daarnaast bewegen de figuren meer. In de eerste versie zouden ze het beeld in komen, ten opzichte van elkaar bewegen en het beeld weer uit gaan. Hier was in eerste instantie voor gekozen om het beeld zo rustig mogelijk te houden. Na overleg met Bob Dickhoff is ervoor gekozen om de figuren beweging mee te geven om het beeld spannender te maken, maar tegelijk ook rustiger. Om te voorkomen dat het beeld stil zou vallen (dus dat er niks in beeld gebeurt), werden er veel verschillende figuren gebruikt die elkaar in een hoger tempo afwisselden. Door de figuren beweging mee te geven, hoefden er minder figuren gebruikt te worden omdat er nog altijd iets gebeurde in beeld.

Het initiële plan voor de voice-over was om dit door een medewerker van ProDemos te laten doen. Hij spreekt helder, duidelijk en accentloos en heeft al veel van de video's van ProDemos ingesproken. Toch is ervoor gekozen om iemand anders de voice-over in de laten spreken, Danny Simons van NOS op 3. Omdat ervoor gekozen was om het script te schrijven

‘alsof je het een vriend uitlegt’, heb ik besloten om dit zo dichtbij mogelijk te brengen door een voice-over uit de doelgroep te gebruiken. Danny is presentator van de jongerenvlogs van de NOS, heeft al video’s voor ProDemos gemaakt gericht op jongeren en doet vaker voice-overklussen. Voor het overbrengen van de boodschap leek hij mij een betere keuze, omdat het een leeftijdsgenoot is die de informatie vertelt.

Beperkingen

Het maken van de uiteindelijke video’s heeft weinig problemen met zich meegebracht. Tijdens mijn afstudeerperiode heb ik vaker animatievideo’s voor ProDemos gemaakt, dus de huisstijl en het animeren zelf had ik nog in de vingers. Wel bleek de tijd een beperking te zijn. Doordat mijn afstuderen doorliep tijdens de zomervakantie, moest ik wachten op feedback op de scripts en storyboards. Daardoor bleef er minder tijd over om de video’s te maken, hier had ik meer tijd voor willen nemen.

Ook was het oorspronkelijke plan om de video’s één tot anderhalve minuut te laten duren, om de aandacht van de kijker niet te verliezen. Bij de uiteindelijke video’s duurt de kortste video 1 minuut 21 en de langste 2 minuut 20. Dit is nog steeds kort, maar langer dan de bedoeling was. Dit is gebeurd omdat het moeilijk is om zo veel informatie in een korte video te stoppen. Zelfs versimpeld uitgelegd zijn de gemeentepolitiek, de taken van de gemeente en het belang

van stemmen geen onderwerpen die even snel uitgelegd kunnen worden.

Reflectie

Proces

De vraagstelling van de opdrachtgever was voor het begin van het afstudeertraject al duidelijk. Daarom kon ik snel en doelgericht onderzoek doen. Het plan van aanpak was snel gemaakt en schepte duidelijkheid over mijn afstudeerperiode voor mij en mijn bedrijfsbegeleider. Het onderzoeksproces ging goed, ondanks de onderbrekingen door vakanties. Tijdens dit proces zijn er ook regelmatig gesprekken met mijn bedrijfsbegeleider geweest om feedback te krijgen en haar ervan op de hoogte te houden hoe het ging. Tijdens de laatste fase, het ontwikkelen van het beroepsproduct, heb ik veel thuis gedaan dus hield ik ProDemos minder op de hoogte van het proces. Wel had ik de storyboards en scripts al uitgebreid laten zien dus hadden ze wel een beeld van het uiteindelijke product. Ik ben al met al erg tevreden over het proces.

Communicatie

De communicatie tussen mij en mijn opdrachtgever heb ik als zeer goed ervaren. Ik was vier dagen in de week aanwezig bij ProDemos, waardoor ik altijd vragen kon stellen en ik ze altijd goed op de hoogte kon houden van mijn bezigheden.

Successen

De periode dat ik bij ProDemos heb gezeten voor mijn afstudeeropdracht is me heel goed bevallen. Niet alleen de samenwerking was erg prettig, ook de afdeling waar ik zat was leuk om te werken. Naast mijn afstudeertraject heb ik (ongeveer) één dag in de week meegewerkt op de communicatie-afdeling van ProDemos. Hier heb ik geleerd en ervaren hoe de communicatie bij een bedrijf werkt en wat daar bij komt kijken. Ook heb ik voor verschillende evenementen promotiemateriaal gemaakt, bijvoorbeeld voor de Nacht van de Dictatuur, Pimp de Troonrede en 100 jaar kiesrecht. Ook heb ik meegewerkt aan video’s die gebruikt worden bij rondleidingen voor praktijkscholen. Dat ik die video’s mocht maken en dat daar zo positief op gereageerd werd was wel een groot succes voor mij persoonlijk en een goede motivatie voor mijn beroepsproduct.

Valkuilen

Ik heb me tot de zomervakantie (14 juli) aan mijn planning gehouden, maar daarna werd het moeilijk die bij te houden. Vooral met de verspreiding van de enquête had ik moeite. Ik bedacht dat de enquête makkelijk door docenten in klassen verspreid konden worden, docenten waar ProDemos al veel contact mee heeft. Ik had er geen rekening mee gehouden dat de lessen al eerder voor de zomervakantie stoppen, dus die verspreiding was niet meer mogelijk. Wachten tot na de zomervakantie

was geen optie, want dan zou het te lang duren voordat ik de uitslagen kon verwerken. In overleg met mijn afstudeerbegeleider hebben we besloten de enquête daarom voor de zomervakantie stop te zetten, ook al was niet het beoogde aantal respondenten gehaald. Ik had in mijn planning beter rekening moeten houden met eventuele tegenslagen. Die waren nu moeilijk op te vangen in de planning.

De zomervakantie was niet alleen voor de enquête een struikelblok. Ik ben op vakantie geweest, mijn begeleiders zijn op vakantie geweest en de mensen die ik nodig had binnen ProDemos zijn op vakantie geweest. Deze vakanties liepen allemaal door elkaar, waardoor het proces vertraging opliep omdat we steeds moesten wachten op anderen. Als de zomervakantie er niet tussendoor was gekomen had het proces sneller kunnen verlopen.

Resultaat

Ik ben zeer tevreden met het resultaat van deze afstudeeropdracht. De video's leggen simpel uit hoe de gemeentepolitiek en de gemeenteraadsverkiezingen werken. Het zijn zes video's geworden, met elk een eigen onderwerp en ze duren allemaal tussen de 1 minuut 30 en 2 minuut 30. Dit komt voort uit de resultaten van het onderzoek: daaruit bleek dat video's kort en overzichtelijk moeten zijn om te boeien. Ook zijn de video's visueel simpel gehouden, met weinig verschillende kleuren en logo's en zo veel detail als nodig is. De afbeeldingen moch-

ten namelijk niet te veel afleiden van de boodschap. Ik ben persoonlijk heel tevreden met het eindresultaat omdat ik het goede, mooie, heldere video's vind die goed aansluiten bij de resultaten van het onderzoek. Het zijn video's geworden die ik zelf zou willen kijken en ik heb tijdens het maakproces zelf ook van alles opgestoken van de inhoud, dus ik denk dat de doelgroep dat ook gaat doen.

Als ik meer tijd had gehad, had ik die willen besteden aan de technische kant van de video's. Over de inhoud en de visualisatie is lang nagedacht en daar hebben veel mensen naar gekeken en mee geholpen, maar de technische kant had beter gekund. Het daadwerkelijke maken van de video's was de laatste stap en toen begon de tijd te dringen om ze in te leveren. Ik heb ze toen gewoon afgemaakt en ik ben tevreden met het eindresultaat, maar ik had liever meer laten zien wat ik kon.

De video's kunnen gebruikt worden op sociale media en in lespakketten, zowel als serie als los. Dit waren vereisten vanuit ProDemos en daar is aan voldaan. Bij ProDemos zijn ze ook bezig om te bedenken in welke lespakketten en waar ze gebruikt zouden kunnen worden. Er is al contact met scholen, waaronder Saxion, om de video's in lessen te gebruiken. Ook heeft het Ministerie van Binnenlandse Zaken interesse in de video's en de resultaten van het onderzoek in aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen en ook NOS op 3 wil er aandacht aan besteden.

Vooraf op dit stuk ben ik heel trots, omdat ik graag wil dat er zo veel mogelijk aandacht aan dit onderwerp wordt besteed. Ik ben er heel blij mee dat mijn video's daar aan bij kunnen dragen.

Ook ben ik erg tevreden met het eindresultaat van het onderzoek. Het onderzoek is namelijk niet alleen nuttig geweest voor het maken van de video's, het is ook een nuttig onderzoek op zich. Er is weinig onderzoek gedaan naar het stemgedrag van jongeren, vooral naar de redenen om wel of niet te gaan stemmen. In dit onderzoek zijn de weinige onderzoeken die er zijn, gecombineerd. Daardoor ben ik van mening dat dit onderzoek een geschikt uitgangspunt is voor verder onderzoek naar het stemgedrag van jongeren en ik hoop dat dit ook gaat gebeuren.



Literatuur

Bronnenlijst

- Aalberts, C. (Februari 2007). *Hoe kunnen jongeren bij de politiek worden betrokken?* Geraadpleegd op 12 mei 2017, van <https://www.chrisaalberts.nl/item/hoe-kunnen-jongeren-bij-de-politiek-worden-betrokken/>
- Aalberts, C. (Mei 2014). *Politiek betrokkenheid en politieke sensitiviteit onder jongeren*. Geraadpleegd op 04 mei 2017, van <http://www.politologischinstituut.be/PE2004/documents/11Aalberts.pdf>
- Aarts, K., Kolk, H. van der, & Thomassen, J. (2000). *Belangstelling voor politiek en politiek zelfvertrouwen*. In *Politieke veranderingen in Nederland 1971-1998* (pp. 35-56). Enschede: Universiteit Twente.
- ACE (z.d.). *First Time Voters*. Geraadpleegd op 31 mei 2017, van <https://aceproject.org/ace-en/topics/ve/vee/vee05/vee05h>
- AD (juni 2016). *'Jongeren stemmen tegen Brexit, ouderen voor'*. Geraadpleegd op 30 mei 2017, van <http://www.ad.nl/nieuws/jongeren-stemmen-tegen-brexit-ouderen-voor~a7c28e7d/>
- Beuning, J. van & Kloosterman, R. (November 2015). *Jongeren over sociale media*. Geraadpleegd op 04 mei 2017, van <http://www.kidsenjongeren.nl/wp-content/uploads/2015/11/CBSjongerenoversocialemedia.pdf>
- Bhatti, Y. & Hansen, K.M. (september 2012). *Leaving the nest and the social act of voting: Turnout amongst first-time voters*. In *Journal of elections, public opinion and parties* (pp. 380-406). Oxford: Taylor & Francis group.
- Biggelaar, J. van den, Corbeek, I., Ewijk, L. van, Hieselaar, T., Jans, M., Kok, ... Weterings, J. (2017). *All men are equal, but some... Kiezersongelijkheid in de Verenigde Staten van Amerika*. Nijmegen: Radboud Universiteit.
- BNN (december 2016). *Nieuw! #BOOS Polertiek*. Geraadpleegd op 29 juni 2017, van <https://bnn.nl/artikel/nieuw-boos-polertiek>
- BNR (27 juni 2017). *We zijn positiever over politiek*. Geraadpleegd op 13 juli 2017, van <https://www.bnr.nl/nieuws/politiek/10325810/we-zijn-positief-over-politiek-ondanks-formatie>
- Boogaard, M., Ledoux, G. & Nieuwelink, H. (2016). *Evaluatie subsidie ProDemos 2011-2016. De doeltreffendheid en doelmatigheid van het Huis voor Democratie en Rechtsstaat*. Intern rapport. Amsterdam: Kohnstamm Instituut.
- CBS Statline (2015). *Jeugdmonitor*. Geraadpleegd op 08 mei 2017, van <http://jeugdmonitor.cbs.nl/nl-nl/indicatoren/publicaties/2015/ruim-1-op-de-3-jongeren-is-ge%C3%AFnteresseerd-in-politiek/>
- CBS Statline (december 2016). *Bevolking; geslacht, leeftijd en burgerlijke staat, 1 januari*. Geraadpleegd op 08 mei 2017, van <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=7461BEV&D1=0&D2=a&D3=1-27,101-105,121-123,131&D4=I&HD=110621-1139&HDR=T,G3,G1&STB=G2>
- CBS Statline (26 augustus 2016). *Leerlingen, deelnemers en studenten; onderwijssoort, woonregio*. Geraadpleegd op 07 juli 2017, van <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?PA=71450ned>
- Cleeff, S. van (april 2014). *Zo bereik je jongeren*. Geraadpleegd op 18 mei 2017, van <https://www.sprout.nl/artikel/marketing/zo-bereik-je-jongeren>
- Dols, M., Epskamp, M., Ostaaen, J. van & Zuydam, S. van (november 2016) *Verbetering op komst - Een verkenning naar een effectieve gemeentelijke inzet van communicatiemiddelen voor de opkomst bij lokale verkiezingen*. Geraadpleegd op 09 mei 2017, van https://www.tilburguniversity.edu/upload/98ffe287-f773-4f9b-9428-0c9eb1f8242d_Verbeteringopkomst-onderzoeksrapport2016.pdf

- Emerce (december 2015). *11 miljoen Nederlandse YouTube-gebruikers*. Geraadpleegd op 12 mei 2017, van <https://www.emerce.nl/nieuws/11-miljoen-nederlandse-youtube-gebruikers>
- Frankwatching (September 2014). *Waarom visuele content beter scoort dan tekst*. Geraadpleegd op 08 mei 2017, van <https://www.frankwatching.com/archive/2016/11/25/effect-visuele-content-infographic/>
- Gemeente Amsterdam, bureau onderzoek en statistiek (september 2012). *Jongeren en politiek*. Geraadpleegd op 31 mei 2017, van https://www.ois.amsterdam.nl/pdf/2012_werkdocument%20jongeren%20en%20politiek.pdf
- Graauw, de C. (z.d.) *Jongeren: een moeilijk te bereiken doelgroep?* Geraadpleegd op 18 mei 2017, van <http://claudiadegraauw.nl/jongeren-een-moeilijk-te-bereiken-doelgroep/>
- Haan, M. de, Kruistum, C. van & Leseman, P. (2015). *Jongeren en hun gebruik van oude en nieuwe media*. Geraadpleegd op 04 mei 2017, van <http://dare.ubvu.vu.nl/bitstream/handle/1871/54086/2015%20Jongeren%20en%20hun%20gebruik%20van%20oude%20en%20nieuwe%20media.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Højfeldt Lund, A. (september 2015). *What are sponsored posts on Facebook?* Geraadpleegd op 3 juli 2017, van <https://nativeadvertisinginstitute.com/blog/what-are-sponsored-posts-on-facebook/>
- I&O Research (Januari 2017). *Jongeren & Democratie*. Geraadpleegd op 13 mei 2017, van <http://www.ioresearch.nl/Portals/0/Rapport%20VN.pdf>
- IJsfontein (augustus 2013). 10 gouden regels om jongeren te bereiken. Geraadpleegd op 18 mei 2017, van <https://www.slideshare.net/IJsfontein/10-gouden-regelsjongeren>
- Ipsos (persoonlijke communicatie, 23 mei 2017)
- Kleinginna, P.R. & Kleinginna, A.M. (1981) *Motivation and Emotion*. Geraadpleegd op 26-09-2017, van <https://doi.org/10.1007/BF00993889>
- KU Leuven. (z.d.). *Kennisclips*. Geraadpleegd op 08 mei 2017, van <https://www.kuleuven.be/onderwijs/onderwijstechnologie/kennisclips/kennisclips#wat>
- MBORaad (2016). *Feiten en cijfers: studenten*. Geraadpleegd op 07 juli 2017, van <https://www.mboraad.nl/het-mbo/feiten-en-cijfers/studenten>
- Ministerie BZK (2014). *Rapport van de visitatiecommissie ProDemos*. Den Haag: Ministerie van Buitenlandse Zaken.
- Möller, J. E. (2013). *Growing into citizenship: The differential role of the media in the political socialization of adolescents*. Geraadpleegd op 31 mei 2017, van https://pure.uva.nl/ws/files/1774243/130255_thesis.pdf
- Newcom.com (januari 2017) *Nationale Social Media Onderzoek 2017*. Enschede/Amsterdam: Newcom.com
- NOS (16 maart 2017). *De kamer zag er heel anders uit als alleen jonge mensen mochten stemmen*. Geraadpleegd op 30 mei 2017, van <http://nos.nl/op3/artikel/2163398-de-kamer-zag-er-heel-anders-uit-als-alleen-jonge-mensen-mochten-stemmen.html>
- NOS op 3 (6 februari 2017). *Leuk die online stembulp, maar wordt er ook aan jongeren gedacht?* Geraadpleegd op 29 juni 2017, van <http://nos.nl/op3/artikel/2156857-leuk-die-online-stembulp-maar-wordt-er-ook-aan-jongeren-gedacht.html>
- NPO 3FM (11 februari 2017). *Wie krijgt jouw stem? Doe de 3FM Partijwijzer!* Geraadpleegd op 29 juni 2017, van <http://www.npo3fm.nl/nieuws/3fm/366340-wie-krijgt-jouw-stem-doe-de-3fm-partijwijzer>
- Oosterveer, D. (januari 2017). *Social media anno 2017: alle cijfers over Facebook, SnapChat en Instagram en meer*. Geraadpleegd op 12 mei 2017, van <http://www.marketingfacts.nl/berichten/social-media-cijfers-anno-2017>
- Oosterveer, D. (januari 2017). *Social media in Nederland 2017: Instagram & Snapchat favoriet onder jongeren*. Geraadpleegd op 12 mei 2017, van <http://www.marketingfacts.nl/berichten/nationale-social-media-onderzoek-2017>

- ProDemos (2015). *De effecten van ProDemos Binnenhof voor scholen*. Geraadpleegd op 18 mei 2017, van <https://www.prodemos.nl/wp-content/uploads/2016/04/Effecten-van-ProDemos-Binnenhof-voor-scholen-samenvatting-onderzoek-Jasmijn-Verbeek-juli-2015.pdf>
- ProDemos (2016). *Jaarverslag 2016*. Geraadpleegd op 04 mei 2017, van <https://www.prodemos.nl/wp-content/uploads/2017/05/ProDemos-2016-Jaar-verslag-v2-def.pdf>
- Riemersma, R., Stroop, J. & Tieleman, S. (2017). *Aged Dutch Democracy: why young people vote less*. Utrecht: Universiteit Utrecht.
- Rijksoverheid (2017). *Verkiezingen*. Geraadpleegd op 29 juni 2017, van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/verkiezingen>
- Steekproefcalculator (2017). *Steekproefcalculator*. Geraadpleegd op 08 mei 2017, van <http://www.steekproefcalculator.com/steekproefcalculator.htm>
- Stembus, de (2017). *De Stembus*. Geraadpleegd op 29 juni 2017, van <https://www.facebook.com/destembus2017/>
- Stemdan.nl (2017). *Alles wat je nodig hebt om te stemmen*. Geraadpleegd op 29 juni 2017, van <https://stemdan.nl/>
- Tinqwise (2017). *Leer je meer van tekst of van beeld?* Geraadpleegd op 08 mei 2017, van <http://edossier.tinqwise.nl/reinvent/leer-je-meer-van-tekst-of-van-beeld/>
- Utrecht2040 (2014). *Politieke betrokkenheid*. Geraadpleegd op 31 mei 2017, van http://www.utrecht2040.nl/userfiles/files/SvU14%20-%205_Politieke%20betrokkenheid.pdf
- Vansteenkiste, M. (2010). *Hoe we kinderen en jongeren kunnen motiveren: toepassingen van de zelfdeterminatietheorie*. Gent: Universiteit Gent.
- Vriend, R. de (mei 2016). *Overzicht: welk soort video content hoort bij welk social media kanaal?* Geraadpleegd op 12 mei 2017, van <https://www.emercede.nl/achtergrond/social-video>
- VOOT (januari 2017). *VOOT 2017*. Geraadpleegd op 29 juni 2017, van <https://www.facebook.com/VOOT2017/>
- YouTube ProDemos (april 2017). *Waarom een Stemwijzer voor uw inwoners?* Geraadpleegd op 12 mei 2017, van https://www.youtube.com/watch?v=q_LCgLy7JYc&t=3s



Bijlagen

Bijlage I.

Scripts

1. Wat doet de gemeente voor jou?

De gemeente heeft veel taken. Sommige van die taken, zoals paspoorten uitgeven, moeten ze gewoon doen. Andere dingen worden politiek besloten. We zetten alle taken van de gemeente voor je op een rijtje.

De burgemeester van jouw gemeente heeft het gezag over de politie en de brandweer. Gaat een festival niet door omdat de politie ergens anders nodig is? Dat is dan een besluit van je gemeente geweest. Ook heeft elke gemeente een Algemene Plaatselijke Verordening (APV), met regels over het afsteken van vuurwerk, het plaatsen van beveiligingscamera's en de tijdstippen dat jij een kroeg uit gezet wordt omdat ze sluiten. De gemeenteraad beslist daarover.

Naast de sluitingstijden van cafés gaat de gemeente ook over de openingstijden van winkels. Of de supermarkt bij jou om de hoek open mag zijn op zondag of tijdens kerst, kan je dus mede bepalen bij de gemeenteraadsverkiezingen. Ook de feestverlichting in winkelstraten, gratis wifi in het centrum en of er wel of geen auto's rijden zijn besluiten van de gemeente.

Werkgelegenheid lijkt een taak van de landelijke overheid, maar je gemeente is verantwoordelijk voor de uitvoering van de participatiewet.

Dat houdt in dat een gemeente moet proberen zo veel mogelijk mensen aan het werk te krijgen. Lukt dat niet, dan krijg je een uitkering.

Ook zorg en welzijn is een belangrijke taak van je gemeente. Denk aan de jeugdzorg en thuiszorg, maar ook als jij je been hebt gebroken en tijdelijk een rolstoel nodig hebt een rolstoel zoekt, moet je bij de gemeente zijn. Daarnaast heeft elke gemeente een GGD, de gemeentelijke gezondheidsdienst, waar je kunt aankloppen voor bijvoorbeeld SOA-testen en inentingen.

Hoeveel vluchtelingen Nederland toelaat is een besluit van de landelijke overheid, maar waar ze uiteindelijk mogen wonen, daar gaat je gemeente over.

Een zwembad, natuurgebied, industrieterrein of een woonwijk: de gemeente stelt de bestemmingsplannen op en bepaalt dus hoe groen of bebouwd jouw omgeving er uitziet.

Naast deze taken krijg je ook je paspoort, ID-kaart en rijbewijs van de gemeente en zij bepalen ook hoeveel je daarvoor betaalt. Daarnaast gaat je parkeergeld naar de gemeente en bepalen zij hoeveel het kost om een hond te hebben, het riool te gebruiken of je vuilnis op te laten halen.

Op 21 maart 2018 zijn er weer gemeenteraadsverkiezingen. Laat je stem horen, want het gaat ook over jou!

2. Waarom zou je gaan stemmen?

Het is in Nederland niet verplicht om te gaan stemmen. Je hoeft dus niet naar de stembus, dus waarom zou je het doen? Nou, daar zijn een heleboel redenen voor.

Ten eerste: jongeren stemmen héél anders dan ouderen. Bij de laatste Tweede Kamerverkiezingen was dit het verschil tussen de echte uitslag en de uitslag volgens 18- tot 24-jarigen. Als het aan die groep had gelegen, waren D66, de VVD en GroenLinks de grootste partijen geworden, in plaats van de VVD, PVV en CDA nu. Van de jongeren kwam er maar 70% opdagen, terwijl van de groep 65-plussers 89% naar de stembus ging. Zij hebben dus meer invloed op bijvoorbeeld het leenstelsel, milieumaatregelen en het drugsbeleid dan de jongeren. “Mijn stem gaat het verschil niet maken” gaat dus ook niet op: elke stem meer kan het verschil tussen wel of geen zetel betekenen en dus verschil in beleid.

Daarnaast moet je beseffen dat stemrecht niet iets vanzelfsprekends is. Dit jaar vieren we honderd jaar kiesrecht in Nederland: pas sinds 1917 mogen alle mannen stemmen, in 1919 kwamen daar alle vrouwen bij. Maar wist je ook dat tot 1965 alleen mensen ouder van 24 mochten stemmen? In dat jaar ging de leeftijdsgrens omlaag naar 21 en pas in 1971 werd die grens 18 jaar. Dat je mag stemmen, is dus zelfs in Nederland niet zo vanzelfsprekend als je zou denken. Zeker als je kijkt naar het buiten-

land is het bijzonder dat we dit recht hebben.

Volgens de Democracy Index waren in 2016 91 van de 167 onderzochte landen niet of slechts gedeeltelijk vrij. Dat betekent dat iets meer dan 50% van alle mensen wereldwijd in een land leeft met een autoritair of dictatoriaal bestuur. Volgens Reporters Without Borders waren er in 2010 in 131 van de 180 onderzochte landen serieuze problemen met de persvrijheid. En Freedom House heeft onderzocht dat 2/3e van alle internetgebruikers wonen in landen waar kritiek op de overheid gecensureerd wordt. Al die mensen krijgen dus niet de kans die wij wel krijgen – onze eigen volksvertegenwoordiging kiezen.

Op 21 maart 2018 zijn er weer gemeenteraadsverkiezingen. Laat je stem horen, want het gaat ook over jou!

3. Hoe zit de gemeentepolitiek in elkaar?

In Nederland hebben we bijna 400 gemeenten en 3 bijzondere gemeenten – dat zijn Bonaire, Saba en St. Eustatius. Elke gemeente heeft een gemeenteraad en een college van burgemeester en wethouders, maar hoe werkt dat precies?

Elke vier jaar kiezen we een nieuwe gemeenteraad. Hoe groot die raad is, hangt af van het aantal inwoners van de gemeente. Amsterdam, Utrecht, Den Haag en Eindhoven hebben bijvoorbeeld allemaal 45 zetels – Vlieland moet

het doen met 9 zetels. De gemeenteraad beslist wat er moet gebeuren, het College van B&W voert het uit. De raad controleert ook of het college dat goed doet. Vaak is wel duidelijk wat er moet gebeuren in een gemeente, zo gaan ze bijvoorbeeld over de straatverlichting en het ophalen van het vuilnis: dingen die toch wel moeten gebeuren. Maar of jij door het donker naar huis moet fietsen na het stappen, en tot hoe laat je in de kroeg kunt staan, dat bepalen ze ook.. Gelukkig heb jij veel invloed op de gemeentepolitiek: raadsleden zijn makkelijk te benaderen via sociale media, of je stuurt ze gewoon een mailtje. Je kunt zelfs aanwezig zijn bij een commissievergadering. Zo'n commissie bestaat uit specialisten van verschillende partijen die veel weten van één thema. Jij kan ook meepraten in een commissie, bijvoorbeeld door uitgenodigd te worden als het over jouw woonwijk of straat gaat. Je kunt dus ook na de verkiezingen meebeslissen in je gemeente.

Op 21 maart 2018 zijn er weer gemeenteraadsverkiezingen. Laat je stem horen, want het gaat ook over jou!

4. Wat gebeurt er met je stem?

Het is 21 maart, 9 uur 's avonds. De stemlokalen sluiten en jij hebt je stem uitgebracht. Welke weg legt je stem dan af?

Ten eerste worden de stemmen natuurlijk geteld. Daar mag je gewoon bij zijn: de telling wordt gedaan door vrijwilligers en is openbaar.

Eerst worden de stemmen gesorteerd op partij, blanco stemmen en ongeldige stemmen. Dat wordt door minstens twee mensen gecheckt en dan wordt het doorgebeld aan het centrale stembureau van de gemeente. Die maakt de uitslag op van alle stembureaus.

Intussen gaan ze op het stembureau verder met het tellen van de stemmen per persoon: wie krijgen de zetels in de gemeenteraad?

Als dat allemaal vastgesteld en gecheckt is, maakt het centrale stembureau de definitieve uitslag bekend. Dan is ook duidelijk welke politici een zetel in de gemeenteraad krijgen en kan het overleggen om een coalitie te vormen beginnen.

Het vormen van een coalitie is nodig omdat het in het Nederlandse systeem bijna nooit voorkomt dat één partij een absolute meerderheid heeft. Daarom moeten de verschillende politieke partijen samenwerken.

In tegenstelling tot de landelijke politiek duurt het vormen van een coalitie in een gemeente niet zo lang. Er zijn geen regels voor, maar na ongeveer een maand zijn ze er vaak wel uit. De partijen in de coalitie kiezen dan de wethouders, die samen met de burgemeester het college vormt: een soort regering van je gemeente. Leuk om te weten: als dat college valt, komen er geen tussentijdse verkiezingen zoals met de Tweede Kamer wel eens gebeurt. Ze

vormen dan gewoon een nieuwe coalitie.

Op 21 maart 2018 zijn er weer gemeenteraadsverkiezingen. Laat je stem horen, want het gaat ook over jou!

5. Hoe bepaal je waar je op stemt?

Hoe weet je nou waar je op moet stemmen? Nou, dát gaan we je niet vertellen, maar we kunnen je wel helpen hoe je kunt kiezen wie je stem krijgt.

Veel gemeenten hebben een online stembulp, zoals de Stemwijzer. Dit kan je helpen uit te zoeken welke partijen welke standpunten hebben.

Zoek uit wat je gemeente eigenlijk voor je doet en bepaal dan welke onderwerpen jij belangrijk vindt: bijvoorbeeld sporten, winkelen of stappen. Als je weet wat je belangrijk vindt, kan je bij partijen toetsen of je mening op die onderwerpen overeen komt. Het gebeurt namelijk niet vaak dat je het met álle standpunten van een partij eens bent.

Probeer je stem niet af te laten hangen van één bron: alleen de uitslag van een stembulp, een interview in de krant of de mening van je ouders is vrij eenzijdig. Hoe meer informatie, hoe beter je je keuze kunt maken.

Toch is het niet verkeerd om je omgeving om raad te vragen. Anderen hebben misschien al wel bepaald waar ze op gaan stemmen en kun-

nen dat uitleggen. Dat scheelt jou weer werk om het uit te zoeken! Wel onthouden dat andere mensen andere dingen belangrijk vinden.

Verkiezingstijd is één grote sollicitatie van politici, en zoals jij jezelf op je mooist neerzet op een sollicitatiegesprek, doen zij dat ook. Ze kunnen nooit al hun beloften waarmaken omdat ze moeten samenwerken, dus houd daar rekening mee als je dat hokje invult.

Mocht je nou echt geen enkele partij je stem gunnen, dan kan je altijd nog blanco stemmen. Zo maak je wel gebruik van je democratisch recht, maar laat je merken dat je het met niemand echt eens bent. Je stem telt niet mee voor de uitslag, wel voor de opkomst.

Op 21 maart 2018 zijn er weer gemeenteraadsverkiezingen. Laat je stem horen, want het gaat ook over jou!

6. Hoe moet je stemmen?

Natuurlijk is het stemmen zelf niet heel moeilijk: iedereen van achttien jaar of ouder moet het kunnen. Toch zijn er een paar dingen waar je rekening mee moet houden op verkiezingsdag, dus die zetten we voor je op een rijtje.

Stemlokalen zijn van 7:30 tot 21:00 open. Sommige stemlokalen gaan eerder open, geen enkel stemlokaal is tot later open.

Je moet je stempas meenemen. Die krijg je ge-

woon in je brievenbus, maar als je 'm niet hebt gekregen of kwijt bent geraakt, kan je een nieuwe aanvragen. Dat kan mondeling op het gemeentehuis, tot 20 maart 12:00, of schriftelijk tot en met 15 maart.

Je moet een legitimatiebewijs meenemen om te mogen stemmen. Dat mag je paspoort, ID-kaart of rijbewijs zijn, en die mag maximaal vijf jaar verlopen zijn. Bij de gemeenteraadsverkiezingen mag je dus stemmen met een paspoort die tot 20 maart 2013 geldig was.

Bij de gemeenteraadsverkiezingen kan je alleen in je eigen gemeente stemmen. Ben je op 21 maart niet in je eigen gemeente? Dan kan je iemand machtigen. Dat doe je op de achterkant van je stempas of met een machtigingsformulier. Ook moet je een kopie van je identiteitsbewijs bijvoegen.

Als jij door iemand gemachtigd wordt, houd er dan wel rekening mee dat je maximaal drie stemmen mag uitbrengen: die van jezelf en twee gemachtigde stemmen.

Nu ben je dus helemaal voorbereid, maar dan zijn er nog wat regels waar je je aan moet houden tijdens het stemmen. Niet ingewikkeld, wel goed om te onthouden.

Op je stembiljet mag dit wel... en dit niet. Niks invullen mag ook, dat is blanco stemmen. Je stem maakt dan niet uit voor de uitslag, maar

wel voor de opkomst. Mensen doen dit vaak uit protest. Let wel op: je hele stembiljet moet dan leeg zijn, op een blanco stem mag niet geschreven of getekend zijn. Ook moet je alleen een hokje in, omdat we in Nederland het stemgeheim hebben. Alleen als je een lichamelijke beperking hebt mag er iemand mee, en je mag je kinderen tot 3 jaar meenemen. Ook leuk: je mag gewoon een foto of selfie maken in een stemhokje. En heb je nou toch nog een fout gemaakt? Da's geen probleem, je mag eenmalig een nieuw formulier vragen bij de mensen van het stemlokaal.

Op 21 maart 2018 zijn er weer gemeenteraadsverkiezingen. Laat je stem horen, want het gaat ook over jou!

Feedback scripts

Ideeën video's (400 woorden = ongeveer 3 minuten)

1. Wat doet de gemeente (voor jou)? – 383 woorden

De gemeente heeft veel taken die jij misschien niet snel als een politieke taak ziet. Neem het ophalen van je vuilnis of de aanleg van fietspaden: daar wordt over besloten in de gemeenteraad. We zetten alle taken van de gemeente voor je op een rijtje.

1. De burgemeester van jouw gemeente heeft het gezag over de politie en de brandweer. Gaat een evenement niet door omdat de politie ergens anders nodig is? Dat is dan een besluit van je gemeente geweest. Ook heeft elke gemeente een Algemene Plaatselijke Verordening (APV), met regels over het afsteken van vuurwerk, het plaatsen van beveiligingscamera's en de tijdstippen dat jij een kroeg uit gezet wordt omdat ze sluiten. De gemeenteraad beslist over die regels.
2. Naast de sluitingstijden van café's gaat de gemeente ook over de openingstijden van winkels. Of de supermarkt bij jou om de hoek open is op zondag, kan je dus mede bepalen bij de gemeenteraadsverkiezingen. Ook en de uitstraling van winkelstraten en of er gratis wifi is in het centrum zijn besluiten van de gemeente.
3. Werkgelegenheid lijkt een taak van de landelijke overheid, maar je gemeente is verantwoordelijk voor de uitvoering van de participatiewet. Dat houdt in dat een gemeente moet proberen zo veel mogelijk mensen aan het werk te krijgen. Lukt dat niet, dan krijg je een uitkering.
4. Ook zorg en welzijn is een belangrijke taak van je gemeente. Denk aan de jeugdzorg en thuiszorg, maar ook als jij je been hebt gebroken en een rolstoel zoekt, moet je bij de gemeente zijn. Daarnaast heeft elke gemeente een GGD, de gemeentelijke gezondheidsdienst, waar je kunt aankloppen voor bijvoorbeeld SOA-testen en inentingen.
5. Hoeveel asielzoekers Nederland toelaat is een besluit van de landelijke overheid, maar waar die asielzoekers gehuisvest worden, daar gaat je gemeente over.

Patrick Rijke 1-9-17 14:48

Opmerking [1]: Suggestie: De gemeente heeft veel taken. Sommige taken, zoals paspoorten uitgeven of uitkeringen verstrekken, moet de gemeente gewoon doen. Maar over andere dingen beslist de politiek.

Bas Banning 1-9-17 14:48

Opmerking [2]: suggestie: festival [is concreter]

Sedi van Loon 1-9-17 10:22

Opmerking [3]: Mag zijn.

Sedi van Loon 1-9-17 10:22

Opmerking [4]: En tijdens de kerstdagen

Bas Banning 1-9-17 14:51

Opmerking [5]: suggestie: (feest)verlichting [is concreter.]

Sedi van Loon 1-9-17 11:39

Opmerking [6]: Misschien nog iets anders verzinnen? Autovrij maken van de winkelstraat?

Sedi van Loon 1-9-17 11:36

Verwijderd: de dagen dat er markt is

Sedi van Loon 1-9-17 11:37

Verwijderd:

Bas Banning 1-9-17 09:40

Verwijderd:

Sedi van Loon 1-9-17 14:54

Opmerking [7]: Suggestie: ook welzijnsonderwerpen opnemen, bijv.: jeugdhonk, jongerenwerk, advies bij opvoeden, activiteiten in het wijkcentrum

Sedi van Loon 1-9-17 10:25

Opmerking [8]: Tijdelijk een rolstoel nodig hebt

Sedi van Loon 1-9-17 12:16

Opmerking [9]: vluchtelingen

6. Een zwembad, natuurgebied, **schouwburg** of een woonwijk: de gemeente stelt de bestemmingsplannen op en bepaalt dus hoe groen of bebouwd jouw omgeving er uitziet.
7. Naast deze taken krijg je ook je paspoort, ID-kaart en rijbewijs van de gemeente en zij bepalen ook hoeveel je daarvoor betaalt. Daarnaast gaat je parkeergeld naar de gemeente en bepalen zij hoeveel het kost om een hond te hebben, het riool te gebruiken of **afval weg te mogen gooien**.

Op 21 maart 2018 zijn er weer gemeenteraadsverkiezingen. Laat je stem horen, want het gaat ook om jou!

Waarom zou je gaan stemmen? – 391 woorden

Je bent in Nederland niet verplicht om te gaan stemmen – tussen 1917 en 1970 was het dat wel. Je hoeft dus niet naar de stembus, dus waarom zou je het doen? Nou, daar zijn een heleboel redenen voor.

In eerste: jongeren stemmen héél anders dan ouderen. Bij de laatste Tweede Kamerverkiezingen was **dit het verschil** tussen de echte uitslag en de uitslag volgens 18- tot 24-jarigen. Als het aan die groep had gelegen, waren D66, de VVD en GroenLinks de grootste partijen geworden, in plaats van

Sedi van Loon 1-9-17 14:58

Opmerking [10]: Niet asielzoekers, maar statushouders. Tekstsuggestie: De landelijke overheid beslist of asielzoekers in Nederland mogen blijven of niet. Vervolgens zijn gemeenten aan zet om voor hen die mogen blijven, te zorgen voor hun integratie in de samenleving en voor een plek om te wonen.

Bas Banning 1-9-17 09:41

Opmerking [11]: Mogen wonen

Sedi van Loon 1-9-17 12:11

Opmerking [12]: Of, voor het contrast: industrieterrein.

Bas Banning 1-9-17 12:11

Opmerking [13]: Theater

Patrick Rijke 1-9-17 14:58

Opmerking [14]: het huisvuil te laten ophalen.

Patrick Rijke 1-9-17 14:59

Opmerking [15]: schrappen

Bas Banning 1-9-17 09:42

Opmerking [16]: is nu onhelder, maar wordt ongetwijfeld visueel ondersteund.

de VVD, PVV en CDA nu. Van die groep kwam er maar 70% opdagen, terwijl van de groep 65-plussers 89% naar de stembus ging. Zij hebben dus meer invloed op bijvoorbeeld het leenstelsel, milieu en het drugsbeleid dan de jongeren. "Mijn stem gaat het verschil niet maken" gaat dus ook niet op: elke stem meer kan het verschil tussen wel of geen zetel betekenen en dus verschil in beleid. Niet-stemmen maakt je dus eigenlijk schuldig aan beleid dat je niet aanstaat, je hebt er namelijk niks aan gedaan om het te veranderen.

Daarnaast moet je beseffen dat stemrecht niet iets vanzelfsprekends is. Dit jaar vieren we honderd jaar kiesrecht in Nederland: pas sinds 1917 mogen alle mannen stemmen, in 1919 kwamen daar alle vrouwen bij. Maar wist je ook dat tot 1965 alleen mensen ouder van 24 mochten stemmen? In dat jaar ging de leeftijdsgrens omlaag naar 21 en pas in 1971 werd die grens 18 jaar. Dat je mag stemmen, is dus zelfs in Nederland niet zo vanzelfsprekend als je zou denken. Zeker als je kijkt naar het buitenland is het bijzonder dat we dit recht hebben.

Volgens de Democracy Index waren namelijk in 2016 91 van de 167 onderzochte landen niet of slechts gedeeltelijk vrij. Dat betekent dat iets meer dan 50% van alle mensen wereldwijd in een land leeft met een autoritair of dictatoriaal bestuur. Volgens Reporters Without Borders waren er in 2010 in 131 van de 180 onderzochte landen serieuze problemen met de persvrijheid. En Freedom House heeft onderzocht dat 2/3^e van alle internetgebruikers wonen in landen waar kritiek op de overheid gecensureerd wordt. Al die mensen krijgen dus niet de kans die wij wel krijgen – onze eigen volksvertegenwoordiging kiezen.

Op 21 maart 2018 zijn er weer gemeenteraadsverkiezingen. Laat je stem horen, want het gaat ook over jou!

3. Hoe zit de gemeentepolitiek in elkaar? – 248 woorden

In Nederland hebben we 388 gemeenten en 3 bijzondere gemeenten – dat zijn Bonaire, Saba en St. Eustatius. Een gemeente wordt bestuurd door het College van Burgemeester en Wethouders, maar hoe werkt dat precies?

Elke vier jaar kiezen we een nieuwe gemeenteraad. Hoe groot die raad is, hangt af van het aantal

Sedi van Loon 1-9-17 13:08

Opmerking [17]: De jongeren

Sedi van Loon 1-9-17 13:10

Opmerking [18]: Milieumaatregelen?

Patrick Rijke 1-9-17 15:03

Opmerking [19]: schrappen; kun je zo niet beweren. Liever vervangen door opmerking over invloed in gemeente:

Bas Banning 1-9-17 15:04

Opmerking [20]: In sommige gemeenten zijn een paar honderd stemmen voldoende voor een zetel in de gemeenteraad.

Sedi van Loon 1-9-17 13:13

Verwijderd: Maar z

Bas Banning 1-9-17 09:47

Verwijderd: van The Economist

Sedi van Loon 1-9-17 13:15

Verwijderd: er

Sedi van Loon 1-9-17 15:08

Opmerking [21]: Als voicover te ingewikkeld; bovendien hebben we veel vraagtekens bij de redenering. Suggestie: deze alinea heel erg versimpelen (zonder de onderzoeken te noemen).

Bas Banning 1-9-17 15:08

Opmerking [22]: 2018

Is vanaf 1 januari weer minder:

<https://www.kiesraad.nl/verkiezingen/gemeenteraadsverkiezingen>

Suggestie: In Nederland hebben we bijna 400 gemeenten.

Sedi van Loon 1-9-17 15:09

Opmerking [23]: Vervangen door: Elke gemeente heeft een gemeenteraad en een college van burgemeesters en wethouders, ...

inwoners van de gemeente. Utrecht, Rotterdam, Amsterdam en Den Haag hebben allemaal 45 zetels – Vlieland moet het doen met 9 zetels. De gemeenteraad bedenkt het beleid, het College van B&W voert het uit. De raad controleert ook of het college dat goed doet. Vaak is wel duidelijk wat er moet gebeuren in een gemeente, zo gaan ze bijvoorbeeld over de straatverlichting en het ophalen van het vuilnis: dingen die toch wel moeten gebeuren. Maar of jij je afval moet scheiden of door het donker naar huis moet fietsen na het stappen, dat bepalen ze ook. Gelukkig heb jij veel invloed op de gemeentepolitiek, veel meer dan bijvoorbeeld in de Tweede Kamer. Zo kun je naar spreekuren van gemeenteraadsleden, die ze regelmatig houden, of aanwezig zijn bij een commissievergadering. Een commissie is een groep mensen, een paar gemeenteraadsleden, een paar experts, die samen vergaderen over een onderwerp. Je kunt zelfs gevraagd worden om mee te praten in zo'n commissie, als je bijvoorbeeld betrokken bent bij de sloop van een woonwijk. Je kunt dus ook na de verkiezingen meebeslissen in je gemeente.

Op 21 maart 2018 zijn er weer gemeenteraadsverkiezingen. Laat je stem horen, want het gaat ook over jou!

4. Wat gebeurt er met je stem? – 307 woorden

Het is 21 maart, 9 uur 's avonds. De stemlokalen sluiten en jij hebt je stem uitgebracht. Welke weg legt je stem dan af?

- Ten eerste worden de stemmen natuurlijk geteld. Daar mag je gewoon bij zijn: de telling wordt gedaan door vrijwilligers en is openbaar. Eerst worden de stemmen gesorteerd op partij, blanco stemmen en ongeldige stemmen. Dat wordt door minstens twee mensen

Sedi van Loon 1-9-17 15:10
Opmerking [24]: Een van de randstedelijke gemeenten vervangen door Eindhoven of Tilburg

Sedi van Loon 1-9-17 13:21
Opmerking [25]: bijvoorbeeld

Sedi van Loon 1-9-17 15:11
Opmerking [26]: Suggestie: de gemeentera

Sedi van Loon 1-9-17 13:24
Verwijderd: ze gaan namelijk

Sedi van Loon 1-9-17 13:26
Opmerking [27]: Liever aansprekende, and

Sedi van Loon 1-9-17 13:29
Opmerking [28]: Past deze informatie in he

Sedi van Loon 1-9-17 15:12
Opmerking [29]: schrappen

Sedi van Loon 1-9-17 15:13
Opmerking [30]: Vervangen door: Je kunt

Sedi van Loon 1-9-17 15:14
Opmerking [31]: Tekstsuggestie die realiteit

Bas Banning 1-9-17 15:14
Opmerking [32]: voorbeeld vervangen door

Sedi van Loon 1-9-17 15:16
Opmerking [33]: Niet alleen op uitnodiging

gecheckt en dan wordt het doorgebeld aan het centrale stembureau van de gemeente. Die maakt de uitslag op van alle stembureaus.

- Intussen gaan ze op het stembureau verder met het tellen van de stemmen per persoon: wie krijgen de zetels in de gemeenteraad?
- Als dat allemaal vastgesteld en gecheckt is, maakt het centrale stembureau de definitieve uitslag bekend. Dit duurt een paar dagen, maar dan is allang bekend wat de uitslag gaat worden – hoe veel zetels elke partij heeft gekregen. Dan is ook duidelijk welke politici een zetel in de gemeenteraad krijgen en kan het overleggen om een coalitie te vormen beginnen.
- Het vormen van een coalitie is nodig omdat het in het Nederlandse systeem bijna nooit voorkomt dat één partij een absolute meerderheid heeft. Wat die meerderheid is, hangt af van je gemeente: hoe meer inwoners, hoe meer zetels in de gemeenteraad.
- In tegenstelling tot de landelijke politiek duurt het vormen van een coalitie in een gemeente niet zo lang. Er zijn geen regels voor, maar na ongeveer een maand zijn ze er vaak wel uit. Dan is er dus een nieuw college van Burgemeester en Wethouders: de regering van je gemeente. Leuk om te weten: als dat college valt, komen er geen tussentijdse verkiezingen zoals met de Tweede Kamer wel eens gebeurt. Ze vormen dan gewoon een nieuwe coalitie.

Op 21 maart 2018 zijn er weer gemeenteraadsverkiezingen. Laat je stem horen, want het gaat ook over jou!

5. Hoe bepaal je waar je op stemt? – 327 woorden

Als dit één van de eerste keren is dat je naar de stembus mag, heb je je waarschijnlijk nog niet heel erg in de politiek verdiept. Hoe weet je dan waar je op moet stemmen? Nou, dát gaan we je niet vertellen, maar we kunnen je wel helpen te bepalen waar je op gaat stemmen.

- Veel gemeenten hebben een online stembus, zoals de Stembuswijzer. Dit kan je helpen uit te zoeken welke partijen welke standpunten hebben.
- Zoek uit wat je gemeente eigenlijk voor je doet en bepaal dan welke onderwerpen jij belangrijk vindt. In het nieuws kan het wel over zorgcentra gaan, maar hoeveel heb jij daarmee te maken? Als je weet wat je belangrijk vindt, kan je bij partijen toetsen of je mening op die onderwerpen overeen komt. Het gebeurt namelijk niet vaak dat je het met alle standpunten van een partij eens bent.

Sedi van Loon 1-9-17 15:18

Opmerking [34]: schrappen, zin wekt suggestie dat definitieve uitslag er niet meer toe doet

Sedi van Loon 1-9-17 15:18

Opmerking [35]: vervangen door: 'Daarom moeten verschillende politieke partijen samenwerken'.

Sedi van Loon 1-9-17 15:20

Opmerking [36]: De tussenstap uitleggen:

"De partijen die de coalitie vormen mogen dan de wethouders kiezen die samen met de burgemeester het bestuur van de gemeente voor de komende 4 jaar vormen. Zij zijn het nieuwe College van Burgemeesters en Wethouders. Een soort 'regering van de gemeente'.

Wat wel anders is dan in de landelijke politiek: als de coalitiepartijen niet meer kunnen samenwerken, komen er geen tussentijdse verkiezingen. Andere partijen vormen dan gewoon een nieuwe coalitie op basis van de oude verkiezingsuitslag."

Sedi van Loon 1-9-17 15:21

Opmerking [37]: schrappen; vooroordeel.

Sedi van Loon 1-9-17 15:21

Opmerking [38]: herformuleren 'maar we kunnen je wel helpen hoe je kunt kiezen op wie je gaat stemmen.'

Sedi van Loon 1-9-17 15:23

Opmerking [39]: suggestie: stembuswijzers helpen je uitzoeken met welke partijen je veel overeenkomsten hebt qua standpunten.

Bas Banning 1-9-17 10:01

Verwijderd: te oriënteren.

krant of de mening van je ouders is vrij eenzijdig. Ook hebben al die partijen waarschijnlijk andere belangen dan jij.

- Toch is het niet verkeerd om je omgeving om raad te vragen. Anderen hebben misschien al wel bepaald waar ze op gaan stemmen en kunnen dat. Dat scheelt jou weer werk om het uit te zoeken!
- Verkiezingstijd is één grote sollicitatie van politici, en zoals jij jezelf op je mooist neerzet op een sollicitatiegesprek, doen zij dat ook. Ze kunnen nooit al hun beloften waarmaken, dus houd daar rekening mee als je dat hokje invult.
- Mocht je nou echt geen enkele partij je stem gunnen, dan kan je altijd nog blanco stemmen. Zo maak je wel gebruik van je democratisch recht, maar laat je merken dat je het met niemand echt eens bent. Je stem telt niet mee voor de uitslag, wel voor de opkomst.

Op 21 maart 2018 zijn er weer gemeenteraadsverkiezingen. Laat je stem horen, want het gaat ook over jou!

Opmerking [40]: Ongelukkig voorbeeld. Beter positief voorbeeld geven: Stel jij vindt sporten, winkelen of uitgaan erg belangrijk; dan wil je vooral weten wat partijen daarover zeggen!

Patrick Rijke 1-9-17 15:27

Opmerking [41]: Tekstwijziging: Probeer je stem niet af te laten hangen van één bron. Hoe meer informatie je raadpleegt hoe beter je je stem kunt motiveren.

Patrick Rijke 1-9-17 15:29

Opmerking [42]: ook kan het handig zijn

Bas Banning 1-9-17 10:06

Opmerking [43]: uitleggen

Bas Banning 1-9-17 10:06

Verwijderd: motiveren.

Patrick Rijke 1-9-17 15:30

Opmerking [44]: toevoegen: Denk er wel aan dat anderen er misschien andere ideeën op na houden dan jij.

Bas Banning 1-9-17 10:07

Opmerking [45]: omdat ze moeten samenwerken

6. Hoe moet je stemmen? – 436 woorden

Natuurlijk is het stemmen zelf niet heel moeilijk: iedereen van achttien jaar of ouder moet het kunnen. Toch zijn er een paar dingen waar je rekening mee moet houden op verkiezingsdag, dus die zetten we voor je op een rijtje.

- Stemlokalen zijn van 7:30 tot 21:00 open. Sommige stemlokalen gaan eerder open, geen enkel stemlokaal is tot later open.
- Je moet je stempas meenemen. Die krijg je gewoon in je brievenbus, maar als je 'm niet hebt gekregen of kwijt bent geraakt, kan je een nieuwe aanvragen. Dat kan mondeling tot 20 maart 12:00 of schriftelijk tot en met 15 maart.
- Je moet een legitimatiebewijs meenemen om te mogen stemmen. Dat mag je paspoort, ID-kaart of rijbewijs zijn, en die mag maximaal vijf jaar verlopen zijn. Bij de gemeenteraadsverkiezingen mag je dus stemmen met een rijbewijs die tot 20 maart 2013 geldig was.
- Bij de gemeenteraadsverkiezingen kan je alleen in je eigen gemeente stemmen. Dat mag in elk stembureau binnen je gemeente, maar de dichtstbijzijnde staat altijd op je stempas. Stembureaus worden vaak ingericht in stations, scholen en sporthallen.
- Ben je op 21 maart niet in je eigen gemeente? Dan kan je iemand machtigen. Dat doe je op de achterkant van je stempas of met een machtigingsformulier. Ook moet je een kopie van je paspoort bijvoegen.
- Als jij door iemand gemachtigd wordt, houd er dan wel rekening mee dat je maximaal drie stemmen mag uitbrengen: die van jezelf en twee gemachtigde stemmen.

Nu ben je dus helemaal voorbereid, maar dan zijn er nog wat regels waar je je aan moet houden tijdens het stemmen. Niet ingewikkeld, wel goed om te onthouden.

Op je stembiljet mag dit wel... en dit niet. Niks invullen mag ook, dat is blanco stemmen. Je stem maakt dan niet uit voor de uitslag, maar wel voor de opkomst. Mensen doen dit vaak uit protest. Let

Bas Banning 1-9-17 10:07

Verwijderd: immers

Sedi van Loon 1-9-17 15:31

Opmerking [46]: tekstcorrectie: op het gemeentehuis
[bij mondeling denk je aan telefonisch. Dat klopt niet. Je moet langs bij de afdeling Burgerzaken op je gemeentehuis.]

Sedi van Loon 1-9-17 14:14

Verplaatst (invoeging) [1]

Sedi van Loon 1-9-17 14:14

Verwijderd: <#>m

Sedi van Loon 1-9-17 14:03

Verwijderd: of

Sedi van Loon 1-9-17 14:05

Opmerking [47]: Identiteitsbewijs, dus paspoort, identiteitsbewijs of rijbewijs

Sedi van Loon 1-9-17 14:14

Omhoog verplaatst [1]: Je moet een legitimatiebewijs meenemen om te mogen stemmen. Dat mag je paspoort, ID-kaart of rijbewijs zijn, en die mag maximaal vijf jaar verlopen zijn. Bij de gemeenteraadsverkiezingen mag je dus stemmen met een rijbewijs die tot 20 maart 2013 geldig was.

wel op: je hele stembiljet moet dan leeg zijn, op een blanco stem mag niet geschreven of getekend zijn. Ook moet je alleen een hokje in, omdat we in Nederland het stemgeheim hebben. Alleen als je een lichamelijke beperking hebt mag er iemand mee, en je mag je (kleine) kinderen meenemen – zolang ze nog niet zo oud zijn dat ze je stem kunnen beïnvloeden. Ook leuk: je mag gewoon een foto of selfie maken in een stemhokje. En heb je nou toch nog een fout gemaakt? Da's geen probleem, je mag eenmalig een nieuw formulier vragen bij de mensen van het stemlokaal.

Op 21 maart 2018 zijn er weer gemeenteraadsverkiezingen. Laat je stem horen, want het gaat ook over jou!

Bas Banning 1-9-17 10:08

Opmerking [48]: Wat is er in beeld te zien?

Sadi van Loon 1-9-17 14:16

Opmerking [49]: Dat mag ook niet op een stemformulier waar een hokje op aangekruist is. Dus ik zou deze opmerking in het algemeen wegzetten, niet alleen bij de uitleg over blanco stemmen.

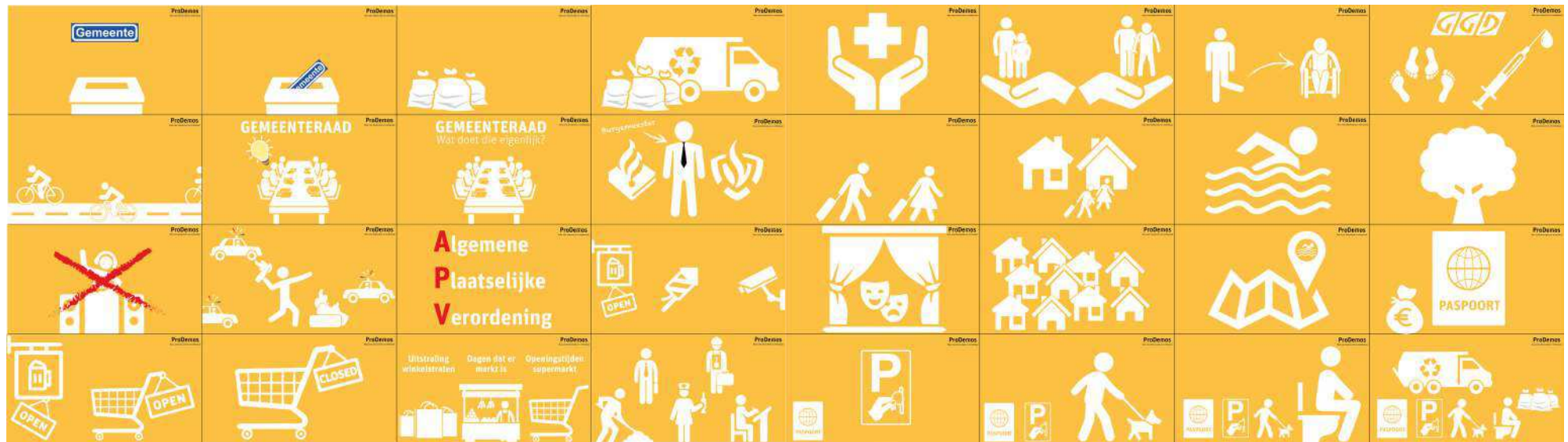
Bas Banning 1-9-17 10:09

Opmerking [50]: Tot 3 jaar mag het.

Bas Banning 1-9-17 15:32

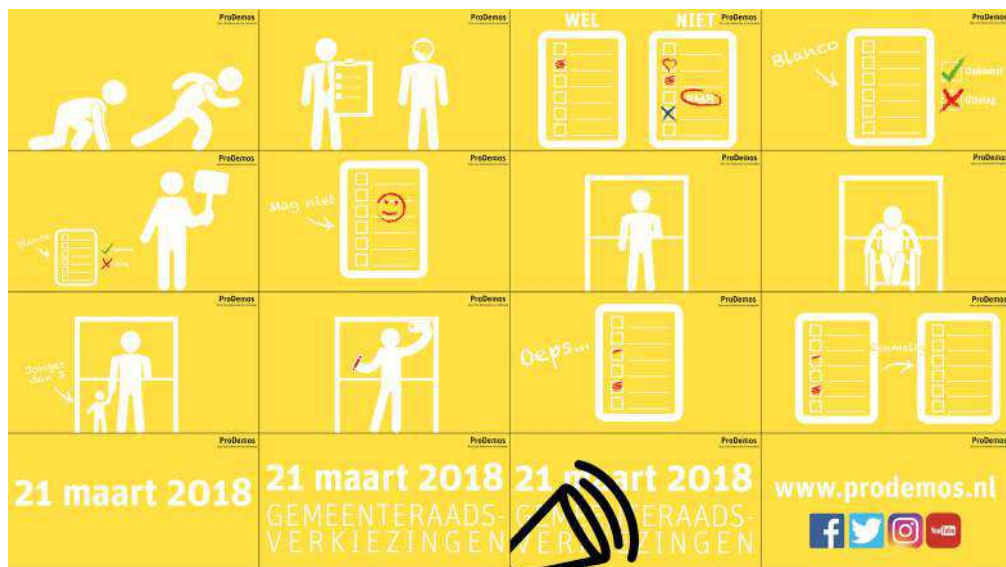
Opmerking [51]: op deze manier stimuleren we misschien het maken van selfies. Daar zitten ook negatieve kanten aan (geheimhouden van je stem kan onder druk staan).

Storyboards









Focusgroep

Naam	Leeftijd	Geslacht	Opleidingsniveau
1. Romee Klein Wolterink	21	V	MBO
2. Remco Lette	20	M	HBO
3. Daan Beckers	20	M	HBO
4. Jesse Bruns	24	M	MBO
5. Chanan Bos	20	M	HBO
6. Frédérique Verburg	21	V	HBO
7. Bob Salman	22	M	MBO
8. Dennis Alferink	24	M	HBO
9. Frederique Visscher	21	V	MBO
10. Debora Kunst	20	V	MBO
11. Jordy Schoemaker	22	M	MBO
12. Maud de Vent	21	V	HBO
13. Lianne Dubbink	23	V	MBO

Vragen

1. Bij welke verkiezingen heb je gestemd?
 - 2010: Gemeenteraad 3 maart, Tweede Kamer 9 juni
 - 2011: Provinciale Staten 2 maart
 - 2012: Tweede Kamer 12 september
 - 2014: Gemeenteraad 19 maart
 - 2015: Provinciale staten 18 maart
 - 2016: Referendum 6 april
 - 2017: Tweede Kamer 15 maart
2. Waarom heb je wel/niet gestemd?
3. Snap je dat mensen niet gaan stemmen/waarom ga je niet stemmen?

4. Snap je –in grote lijnen- het Nederlandse politieke systeem?
5. Snap je wat de gemeente doet en hoe de gemeenteraadsverkiezingen werken?
6. Heb je interesse in politiek?
7. Waar haal je politieke informatie van daan?
8. Wat wekt jouw interesse in een video?
9. Waar moeten video's te zien zijn om jou te bereiken?

Bij welke verkiezingen heb je gestemd?

Naam	<u>Gemeente- raad 2010</u>	Tweede Kamer 2010	Provinciale Staten 2011	Tweede Kamer 2012	<u>Gemeente- raad 2014</u>	Provinciale Staten 2015	Referendum 2016	Tweede Kamer 2017
Bob Salman					X	X	X	X
<u>Chanan Bos</u>								X
Daan Beckers						X	X	X
Debora Kunst							X	X
Dennis <u>Alferink</u>			X	X	X	X		X
<u>Frédérique Verburg</u>								X
Frederique Visscher					X	X	X	X
<u>Jesse Bruns</u>							X	
Jordy Schoemaker								X
<u>Lianne Dubbink</u>								
Maud de Vent					X			X
Remco Lette								X
Romee Klein Wolterink							X	X

Waarom heb je wel/niet gestemd?

Bob: Omdat, als je dat kan, vind ik dat je dat moet doen. Als je dingen anders wil zien in een land en niet gaat stemmen, heb je eigenlijk geen recht van spreken. Dus het is belangrijk om je mening te laten horen.

Frederique: Mee eens. Ik heb ook vooral gestemd omdat ik het wél goed vindt gaan met Nederland, ik wilde een soort tegenwicht bieden aan al die mensen die doen alsof we in een Bananenrepubliek wonen.

Remco: Ik heb gestemd puur omdat ik graag wilde om onderdeel uit te maken van de democratie en als je stemrecht hebt moet je het gebruiken, vind ik.

Frederique Verburg: Omdat je het recht hebt om te stemmen en ik vind dat je anders geen recht van spreken hebt. Je krijgt dat recht, dan moet je het ook doen.

Dennis: Omdat ik vind dat het je burgerplicht is. Ik vind ook dat je niet mag zeuren over beleid als je niet stemt. En ik vind het reuze interessant om me met politiek te bemoeien.

Daan: Omdat ik het belangrijk vind om mijn democratisch recht te gebruiken en zo mijn stem te laten horen.

Maud: Eigenlijk de eerste keer omdat het spannend was, eerste keer stemmen. Deze keer gestemd gewoon omdat ik het belangrijk vind om

te stemmen, ben er nu veel meer mee bezig.

Jesse: Ik ben er te lui voor, om me er in te verdiepen. Heb er eigenlijk niet zo veel interesse in.

Jordy: Ik heb nu gestemd omdat ik vond dat ik er niet over mee mocht praten als ik m'n mening niet had laten horen. De vorige keren interesseerde het me te weinig.

Romee: Mijn zus is heel erg geïnteresseerd in politiek dus zij heeft me overtuigd om te gaan stemmen.

Lianne: Ik had geen zin om me erin te verdiepen, ik vind het best wel ingewikkeld allemaal en ik heb toch niet heel erg het gevoel dat het uiteindelijk zoveel uitmaakt, of ik wel of niet ga stemmen.

Debora: Omdat je behoorlijk belangrijke beslissingen over jouw leven aan anderen overlaat, dan moeten die anderen wel weten waar ze het over hebben.

Snap je dat mensen niet gaan stemmen, zoals Lianne en Jesse?

Bob: Ik vind 'te lui' geen goede reden. Ik snap wel dat je het idee kan hebben dat het niet uitmaakt of je gaat stemmen. Ik heb dat gevoel niet echt, maar ik kan het me voorstellen omdat je niet veel van je stem merkt in het Nederlandse systeem.

Frederique Visscher: Nee, dat snap ik eigenlijk ook niet. Omdat ik vind dat het dom is om geen gebruik te maken van je stemrecht. Wees blij dat we mogen stemmen.

Remco: Nou ja, ik kan me er wel iets bij voorstellen. Je hebt natuurlijk altijd mensen die geen zin hebben om zich in te lezen, denken dat het allemaal wel goedkomt. Ik heb zelf ook liever dat die mensen niet gaan stemmen, eigenlijk.

Jesse: Het systeem moet gewoon anders. Het is een populariteitsstrijd: ik heb het idee dat het toch geen zin heeft om te stemmen omdat ze toch al weten hoe ze het gaan doen, in grote lijnen. Het zou in ieder geval al helpen als ik het systeem wat beter snap: het wordt soms zo ingewikkeld gebracht dat ik me er niet eens in ga verdiepen.

Debora: Ja precies, ik vind 'geen tijd' en 'geen zin' stomme redenen, omdat het zo belangrijk is. Maar als je het niet snapt, is het best logisch. Waar zou je die informatie dan moeten vinden? Het wordt overal zo ingewikkeld gebracht.

Lianne: Inderdaad. Ik heb het echt wel eens op proberen te zoeken, of dat je iets leest in het nieuws, maar overal doen ze alsof je er al heel veel van moet weten. Als je dat gewoon niet weet, lukt het je ook niet echt om het te beginnen te snappen.

Maud: Maar je hebt toch wel les in politiek gehad op school?

Lianne: Ja, maar toen was ik vijftien of zo. Op de middelbare school vond ik helemaal niks interessant, dus na de toets ben ik ook alles gelijk weer vergeten.

Maud: Ja, oke. Misschien is die timing gewoon niet handig, dan mag je toch nog niet stemmen dus is het niet zo boeiend.

Daan: Ik snap ook wel dat mensen soms teleurgesteld zijn in de politiek. Toch vind ik dat je dan blanco moet stemmen, of bij de Tweede Kamer zijn er vet veel partijen.

Jordy: Ik denk, dat heb ik ook, dat iedereen het gevoel heeft dat het toch niet zoveel zin heeft.
Romee: Ja, als mijn zus niet zo gepusht had, had ik zelf ook niet gestemd.

Snap je –in grote lijnen- het Nederlandse politieke systeem?

Remco: Ik denk wel redelijk, niet helemaal tot in de puntjes. Ik vind het systeem vrij ingewikkeld. Ik zie mezelf niet als een dom persoon, maar je moet je er wel echt in verdiepen om het te snappen.

Dennis: Ja. Door interesse, vooral. Volgens mij heb ik het een beetje op school gehad, maar toen dacht ik al “dit weet ik al”, het is vooral door interesse en nieuws. Als je niet het nieuws

volgt snap ik dat je ook niet op de hoogte bent.

Bob: Een beetje

Frederique Visscher: Niet supergoed, maar met deze verkiezingen ben ik er wel meer achter gekomen, meer in verdiept en ik vond het boeiender deze verkiezingen.

Romee: Nee, niet echt.

Lianne: Nee.

Chanan: Ja, zeker. Maar bijvoorbeeld het feit dat we alleen stemmen op 2e kamer en PS stemt voor eerste kamer is raar. Hoe weten wij waar zij op gaan stemmen? Wij kiezen wel PS maar geen controle waar zij op stemmen. Al stemt heel NL voor de PVV, kan het alsnog dat zij voor iets anders gaan stemmen. Er zijn nog regels in het systeem waardoor de koning beslissingen moet nemen en dat is ook heel vreemd. Wordt wel gezegd dat er aan gewerkt word, maar gebeurt niet.

Frederique Verburg: Half. Ik zou het niet helemaal uit kunnen leggen, maar ik snap denk ik genoeg om gefundeerd te kunnen stemmen. Wel denk ik dat er meer mee te doen is dan ik weet.

Daan: Ja! Ik ben zelf altijd wel geïnteresseerd geweest in politiek en lid van politieke partij.

Maud: Redelijk, ik zou niet zeggen dat ik echt het fijne er van weet.

Jesse: Ja, in grote lijnen. Wat ik weet, heb ik van televisie.

Jordy: Ja, dat denk ik wel. Ik volg het nieuws wel redelijk, mijn omgeving heeft het er veel over, en ook wel een deel op school.

Debora: Jawel, maar sommige dingen vind ik wel weer ingewikkeld. Een minderheidskabinet bijvoorbeeld, waar het nu over gaat – geen flauw idee hoe dat zou moeten werken.

Snap je wat de gemeente doet en hoe de gemeenteraadsverkiezingen werken?

Jesse: Ja, de gemeente is een soort kleine onderverdeling. Ik heb wel veel ervaring met besluiten van de gemeente, dus zo weet ik een beetje wat ze doen.

Romee: Hoe de verkiezingen werken weet ik niet precies, ik zou wel wat dingen kunnen noemen die de gemeente doet. Vooral in de zorg.

Lianne: Hetzelfde als Romee, ik werk in de zorg dus ik weet welke rol de gemeente daarin speelt.

Bob: Nee, minder dan de tweede kamer. Ik heb me daar nooit zo in verdiept, ik heb het geloof ik wel op school gehad maar toen boeide het me nog niet.

Daan: Ja – ze bepalen vooral dingen op lokaal niveau, plaatselijke arbeid, waterdingen, azc's. Ik vind de gemeentepolitiek wel veel minder interessant dan de landelijke politiek.

Maud: Ik denk als ik het nu zo zou moeten zeggen, is het gewoon tweede kamer in het klein. Ze ondernemen eigenlijk alles, heeft eigenlijk veel meer met je leven te maken dan tweede kamer.

Frederique Visscher: Tot een bepaald niveau, het helpt dat mijn moeder bij de gemeente werkt dus dat ik er via haar veel van meekrijg. **Frederique Verburg:** Ik zou ja willen zeggen, maar waarschijnlijk mis ik heel veel kennis. Dus nee: ik denk niet dat ik dat weet.

Dennis: Nee. Wel in verdiept, maar dat ben ik alweer vergeten. Ik ga wel stemmen, burgerplicht en zo. Maar ik snap het niet echt. **Jordy:** Ik denk het wel. Ik heb dat altijd wel op school geleerd.

Remco: Het zijn mijn eerste gemeenteraadsverkiezingen, maar ik neem aan dat het op kleinere schaal gaat. Ik heb op de middelbare school wel eens een gemeenteraadsvergadering bijgewoond, maar ik weet niet precies wat ze doen in mijn leven.

Heb je interesse in politiek?

Romee: Nee.

Lianne: Nee.

Dennis: Ja.

Jesse: Heel weinig, omdat ik denk dat het uiteindelijk niet zo veel uitmaakt, in Nederland ten minste. Het is niet zo belangrijk wie de grootste is, wie er aan de macht is. Bij deze verkiezingen bijvoorbeeld: je kan wel op Wilders stemmen, maar dan wordt hij geboycot en dan heeft je stem nog steeds geen zin gehad.

Bob: Een beetje. Het is vrij saai en langdradig, maar het gaat wel over jou, dus eigenlijk moet je het wel interessant vinden.

Frederique Visscher: Ja. Niet als in, ik wil er zelf aan meedoen maar ik vind het wel heel interessant.

Remco: Ja, ik denk het wel. De politiek heeft zoveel invloed op ons leven, dan is het dus heel interessant om te zien wat ze over je bepalen.

Frederique Verburg: Nee. Ik vind het vooral heel erg saai: ik wil het wel interessant vinden maar het is zo stoffig en saai. Maar toch doe ik wel altijd m'n best om me er in te verdiepen. Politici houden altijd zo'n lang verhaal, terwijl ze het ook gewoon in drie zinnen kunnen zeggen. Dan haak ik af.

Maud: Ja. Nu ik wat ouder word merk ik echt hoeveel politiek er bestaat, en dat je andere landen ziet waar stemrecht en democratie niet zo vanzelfsprekend zijn.

Jordy: Niet echt. Ik vind het wel belangrijk, maar het voelt heel ver weg of zo. Het gaat vaak over dingen die niet echt met mij te maken hebben. Soms vind ik het ook gewoon te ingewikkeld. Te veel poespas, het gaat niet altijd over waar het over zou moeten gaan.

Debora: Je moet politiek eigenlijk wel interessant vinden, het gaat over je hele leven. Maar ze doen ook niet echt hun best om het boeiend te maken.

Waar haal je politieke informatie vandaan?

Daan: Via de politieke partij waar ik bij zit, nieuwsmedia.

Maud: Nieuwssites vooral, en als ik iets echt graag wil weten Google ik het even. Mens & Maatschappij of zo, legt het altijd wel makkelijk uit.

Jesse: Vooral uit mijn omgeving, als mensen er over praten. Als ik actuele informatie wil doe ik de Stemwijzer, voor verkiezingen bijvoorbeeld. En af en toe, als ik iets algemeen wil weten, dan Google ik dat gewoon.

Frederique Visscher: De NOS, daar haal ik heel veel informatie vandaan. Mijn omgeving, vrienden, de stemwijzer vlak voor de verkiezingen.

Jordy: nieuwssites, ik google dingen, van die foldertjes die je in de brievenbus krijgt bij verkiezingen, stemwijzer.

Romee: Van mijn zus.

Chanan: Google! Als er iets is voor verkiezingen dan bijvoorbeeld stemwijzer, politieke partijen. Nieuwsmedia voor informatie over politiek algemeen. Geen specifieke website.

Remco: Als ik wil weten hoe de tweede kamer in elkaar zit, ga ik gewoon op internet kijken. Simpel op google intikken. Nieuws, kranten, daardoor blijf ik op de hoogte. In aanloop naar verkiezingen talkshows en debatten.

Frederique Verburg: Van vrienden, internet: nieuwswebsites en sociale media, vooral.

Dennis: Ik denk vooral dat ik het nieuws van de NOS haal, dus actuele dingen over de politiek. Gemeentelijk niveau vind ik lastig, ik heb geen medium waarop gemeentelijk/lokaal nieuws mij bereikt. Feitelijke informatie zal wel wikipedia zijn, googelen.

Wat wekt jouw interesse in een video?

Bob: De eerste paar seconden van een filmpje. Als ik het dan leuk vindt, kijk ik het af. Die eerste paar seconden zijn voor mij wel echt belangrijk.

Debora: Helemaal mee eens. Die eerste paar seconden zijn gewoon echt belangrijk. Op Facebook vooral, als 'ie af gaat spelen in je tijdlijn. Ik vind de stem persoonlijk ook heel belangrijk – als er een mooie vertelstem onder zit, kijk je sneller verder.

Romee: Ik ook die eerste paar seconden. Het maakt me niet heel veel uit hoe lang de video is, maar de lengte moet wel kloppen. Als het niet snel genoeg gaat kijk ik niet verder.

Chanan: Mark Rutte had hele sterke video's op Facebook. Piratenpartij was heel goed. Sponsored posts trokken mijn aandacht. Maakt mij niet uit of er een bekend persoon in zit. Heeft waarschijnlijk effect, de kwaliteit van de video en de boodschap vond ik heel goed. PvdA heeft hele slechte video's, leek meer op een slideshow presentatie, niet echt waar je naar wil kijken. Polertiek en stembus en zo niet gezien, Lubach was wel heel leuk.

Remco: Een video moet kort zijn, zeker over dit onderwerp. Weinig afleidende elementen: het moet to the point zijn. Het mag ook best wel luchtig zijn, niet per se grappig want dan wordt het niet serieus, maar luchtige ondertoon. Niet te zakelijk. Er moet ondertiteling onder op facebook! Dan kijken mensen langer.

Frederique Verburg: Ik vind niet dat er BN'ers in moeten zitten, daar word ik altijd een beetje jeukerig van. Het moet sowieso kort zijn, ik haak af bij een lange video. En het moet to the point zijn: het moet met mij te maken hebben.

Maud: Ik vind BN'ers juist wel leuk. Ik wil altijd wel weten wat zo'n persoon te vertellen heeft.

Frederique Verburg: Ik vind dat niet geloof-

waardig. Dan gaat een presentator van een reisprogramma of een deelneemster van een talentenjacht mij ineens vertellen dat ik politiek interessant moet vinden? Doe!

Maud: Oke, daar heb je wel een beetje gelijk in. Maar het trekt wel je aandacht als je een bekend gezicht in zo'n filmpje ziet. Die voelen ook wat toegankelijker, dan kijkt het makkelijker.

Bob: Misschien zijn BN'ers wel geschikt om het te promoten. Ik vind inderdaad niet dat zo'n figuur mij de politiek uit moet gaan leggen, maar als zo iemand zegt "als je het niet snapt kijk dan daar en daar" is het al een stuk geloofwaardiger.

Dennis: Ik vind persoonlijk content videocontent heel erg overrated, ik lees liever artikelen. Ik wil zelf mijn tempo bepalen en dingen kunnen overslaan. Het moet diepgang geven: niet te oppervlakkig zijn. Dat kan ik ook op wikipedia en nu.nl vinden. Ik ben geen onderdeel van de youtube-generatie, dus alsjeblieft geen vlogs of zo. Ik zou iets met experts doen? Infographics of zo, dat idee.

Daan: Ik denk dat een video uit moet leggen waarom je stem belangrijk is en wat de politiek voor jou kan betekenen. Het moet kort zijn – plaatjes, mooi visueel gemaakt.

Lianne: Het moet er mooi uitzien, niet amateuristisch. Als iets mooi gefilmd of gemaakt is kijk

je toch sneller verder dan een lelijk persoon tegen een lelijke achtergrond.

Waar moeten video's te zien zijn om jou te bereiken?

Frederique Visscher: YouTube en Facebook, omdat FB scroll je er lekker doorheen en als je het ziet en het ziet er leuk uit kijk ik, youtube is meer voor de lange termijn als je mijn aandacht al hebt.

Remco: Ja, ook Facebook. Ligt nogal voor de hand. YouTube zou ik niet zo snel hebben. Daar is de kans gewoon minder groot dat ik er zo maar bij uitkom.

Bob: Op het moment dat ik het wil zien, dat is vooral belangrijk. Op Dumpert of Skoften kijk ik naar mensen die heel hard op hun gezicht vallen, daar hebben die filmpjes geen zin. Misschien op Facebook, als het bijna verkiezingstijd is zou ik wel kijken.

Chanan: Op Facebook. Ik gebruik overal adblock dus advertenties hebben geen zin. Vlogs, blogs van bekende mensen gebruiken.

Dennis: In ieder geval niet op overheidskanalen: dat is een ver van mijn bed show, dus dat zie ik niet. Ik zou vooral facebook zeggen, daar ben ik ook bij de afgelopen verkiezingen vooral benaderd. Denk aan de bekende kanalen, de kanalen waar ik toch al zit: de correspondent, vice, dat voelt voor mij als vertrouwd dus ook

geloofwaardiger en beter bereikbaar.

Maud: Facebook! Instagram misschien, als ik ze voorbij zie komen zou ik wel kijken. Twitter misschien? Maar daar zitten niet meer zo veel jongeren. En Snapchat kan misschien ook wel werken maar dat is ook weer heel kort.

Lianne: Op Facebook. Instagram misschien ook, maar ik weet niet hoe geschikt dat is voor politiek. Ik zit toch vooral op Insta voor de mooie plaatjes.

Frederique Verburg: Ja, Instagram moet het ook wel heel erg kort zijn. Ik kijk daar sowieso minder naar video's, meer voor de mooie plaatjes inderdaad. Dus Facebook en YouTube. En nieuwswebsites misschien? Dat het bijvoorbeeld in artikelen over politiek staat, zo van "hoe zit dat ook alweer".

Enquête

1. Op 19 maart 2014 waren de laatste gemeenteraadsverkiezingen. Heb je toen gestemd?

- Ja
- Nee
- Weet ik niet meer
- Ik mocht toen (nog) niet stemmen

Als het antwoord op vraag 1 'ja' is:

2. Waarom heb je toen gestemd? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- Ik zie dat als mijn burgerplicht
- Dat moest van mijn ouders
- Ik vond het belangrijk mijn mening te laten horen
- Ik was het niet eens met het beleid op dat moment
- Ik vond het leuk dat ik voor het eerst mocht stemmen
- Anders, namelijk...

Als het antwoord op vraag 1 'nee' is (3 en 4):

3. Waarom heb je toen niet gestemd? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- Ik vind het niet belangrijk
- Ik snapte niet waar ik voor stemde
- Ik wist niet op welke partijen ik kon stemmen
- Ik wist niet dat er verkiezingen waren
- Mijn stem gaat het verschil niet maken
- Ik ben het vergeten

- Ik had geen tijd
- Anders, namelijk...

4. Wat had jou kunnen motiveren wel te gaan stemmen? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- Als ik wist waar de verkiezingen over gingen
- Als ik wist welke partijen er meededen
- Als ik wist wat het belang van mijn stem was
- Anders, namelijk...

5. Stellingen: 0 is helemaal oneens, 5 is helemaal eens.

- Ik vind het belangrijk om te gaan stemmen
- Ik snap het Nederlandse politieke systeem
- Het is nuttig om na de middelbare school nog les te krijgen in het Nederlandse politieke systeem

6. Wat zou voor jou een logische plek zijn om politieke kennis op te doen? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- Op school
- Via familie/vrienden/kennissen
- Via (nieuws)media
- Via sociale media
- Anders, namelijk...

Dit is een uitlegvideo van één minuut over een onderdeel van de Amerikaanse politiek. De volgende vragen gaan over deze video. [https://](https://youtu.be/KV_q5VXWiaA)

youtu.be/KV_q5VXWiaA

7. Weet je nu hoe een Amerikaanse president afgezet moet worden?

- Ja
- Nee
- Ik heb de video niet bekeken

8. Vind je dit een prettige vorm van uitleg krijgen?

- Ja
- Nee
- Ik heb de video niet bekeken

9. Zou je behoefte hebben aan dit soort video's over het Nederlandse politieke systeem?

- Ja
- Nee

10. Zou je dit soort video's op sociale media bekijken?

- Ja
- Nee

11. Zou je dit soort video's via je school bekijken?

- Ja
- Nee

12. Wanneer wekt een video jouw interesse? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- Als mijn omgeving erover praat (online of offline)
- Als er een bekend persoon in zit

- Als me op school aangeraden wordt om te kijken
- Als ik de video langs zie komen op sociale media
- Als het in nieuwsmedia besproken wordt
- Anders, namelijk...

13. Op welke sociale media bekijk je video's? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- YouTube
- LinkedIn
- Vimeo
- Snapchat
- Anders, namelijk...

14. In welke provincie woon je? Selecteer de provincie waar je ingeschreven staat, dus waar jij je stem mag uitbrengen.

- Drenthe
- Flevoland
- Friesland
- Gelderland
- Groningen
- Limburg
- Noord-Brabant
- Noord-Holland
- Overijssel
- Utrecht
- Zeeland
- Zuid-Holland

15. Wat is je hoogst genoten opleiding? (Ben je mee bezig of heb je afgerond)

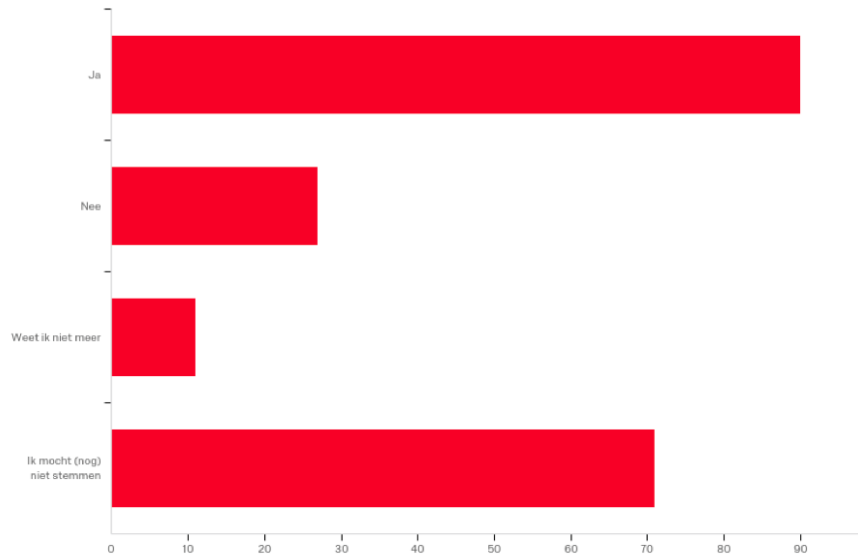
- Mbo
- Hbo
- Universiteit
- Middelbare school
- Basisschool
- Anders

16. Wat is je leeftijd?

- Jonger dan 18
- 18 – 25
- Ouder dan 25

* De resultaten zijn gefilterd op leeftijd: alleen de antwoorden van de respondenten tussen de 18 en 25 jaar zijn meegenomen in het onderzoek.

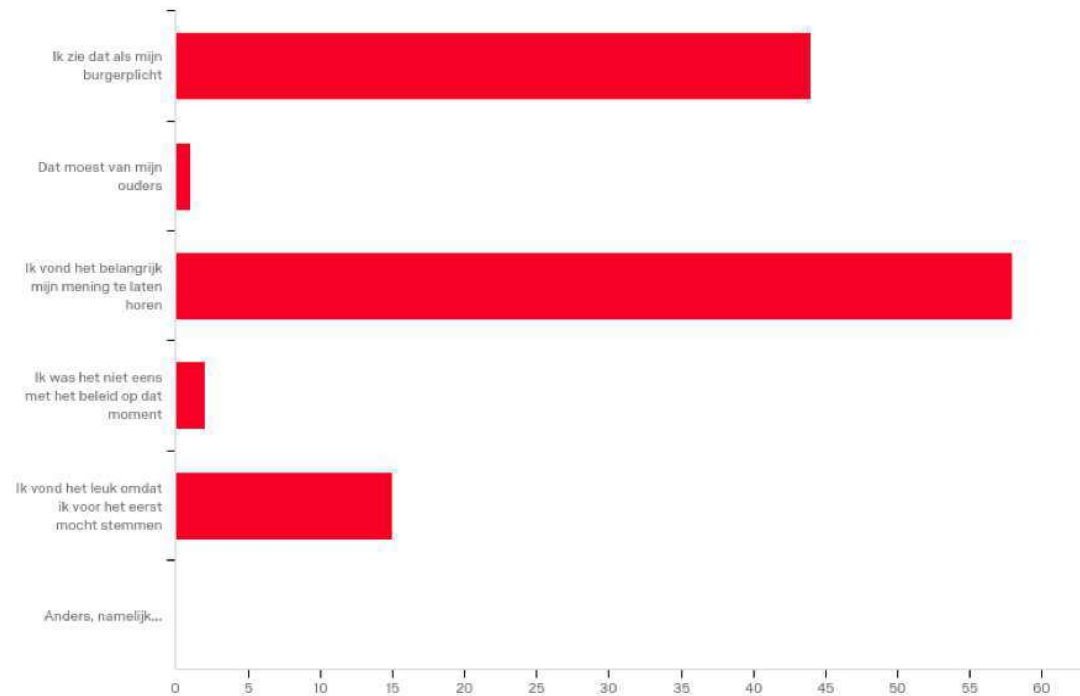
Q4 - De laatste gemeenteraadsverkiezingen waren op 19 maart 2014.
Heb je toen gestemd?



Q4 - De laatste gemeenteraadsverkiezingen waren op 19 maart 2014. Heb je toen gestemd?

#	Answer	%	Count
1	Ja	45.23%	90
4	Ik mocht (nog) niet stemmen	35.68%	71
2	Nee	13.57%	27
3	Weet ik niet meer	5.53%	11
	Total	100%	199

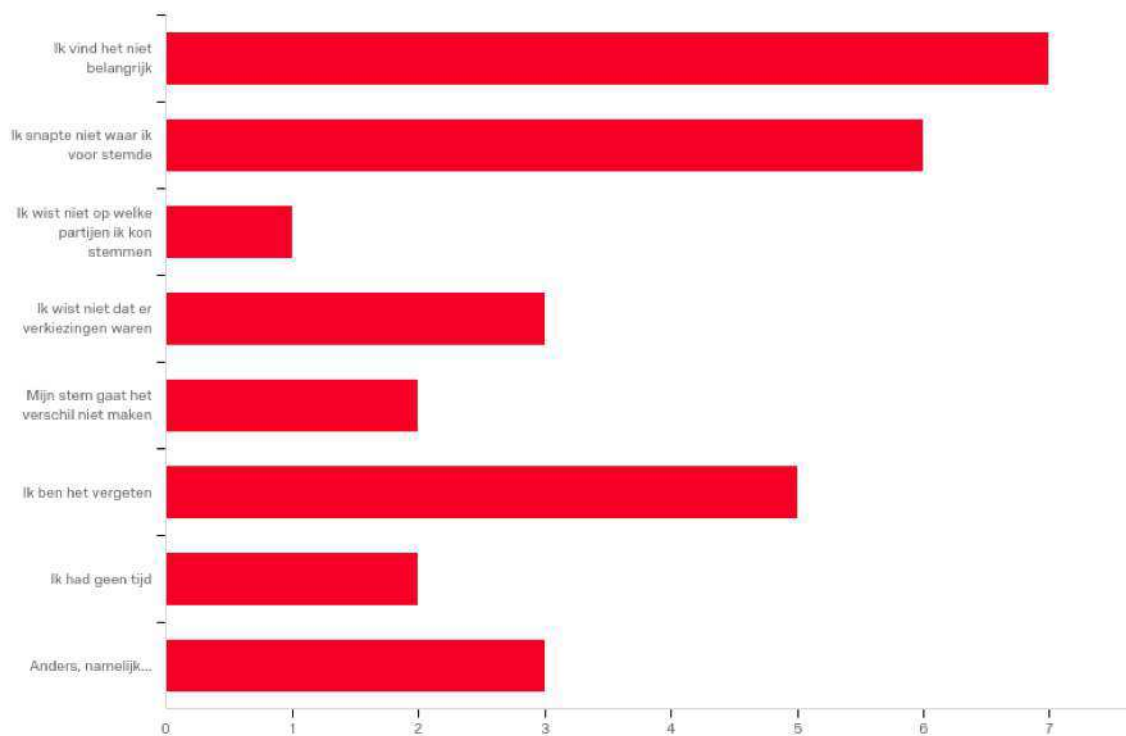
Q6 - Waarom heb je toen gestemd? (Meerdere antwoorden mogelijk)



Q6 - Waarom heb je toen gestemd? (Meerdere antwoorden mogelijk)

#	Answer	%	Count
1	Ik zie dat als mijn burgerplicht	36.67%	44
2	Dat moest van mijn ouders	0.83%	1
3	Ik vond het belangrijk mijn mening te laten horen	48.33%	58
4	Ik was het niet eens met het beleid op dat moment	1.67%	2
5	Ik vond het leuk omdat ik voor het eerst mocht stemmen	12.50%	15
6	Anders, namelijk...	0.00%	0
	Total	100%	120

Q7 - Waarom heb je toen niet gestemd? (Meerdere antwoorden mogelijk)



Q7 - Waarom heb je toen niet gestemd? (Meerdere antwoorden mogelijk)

#	Answer	%	Count
1	Ik vind het niet belangrijk	24.14%	7
2	Ik snapte niet waar ik voor stemde	20.69%	6
3	Ik wist niet op welke partijen ik kon stemmen	3.45%	1
4	Ik wist niet dat er verkiezingen waren	10.34%	3
5	Mijn stem gaat het verschil niet maken	6.90%	2
6	Ik ben het vergeten	17.24%	5
7	Ik had geen tijd	6.90%	2

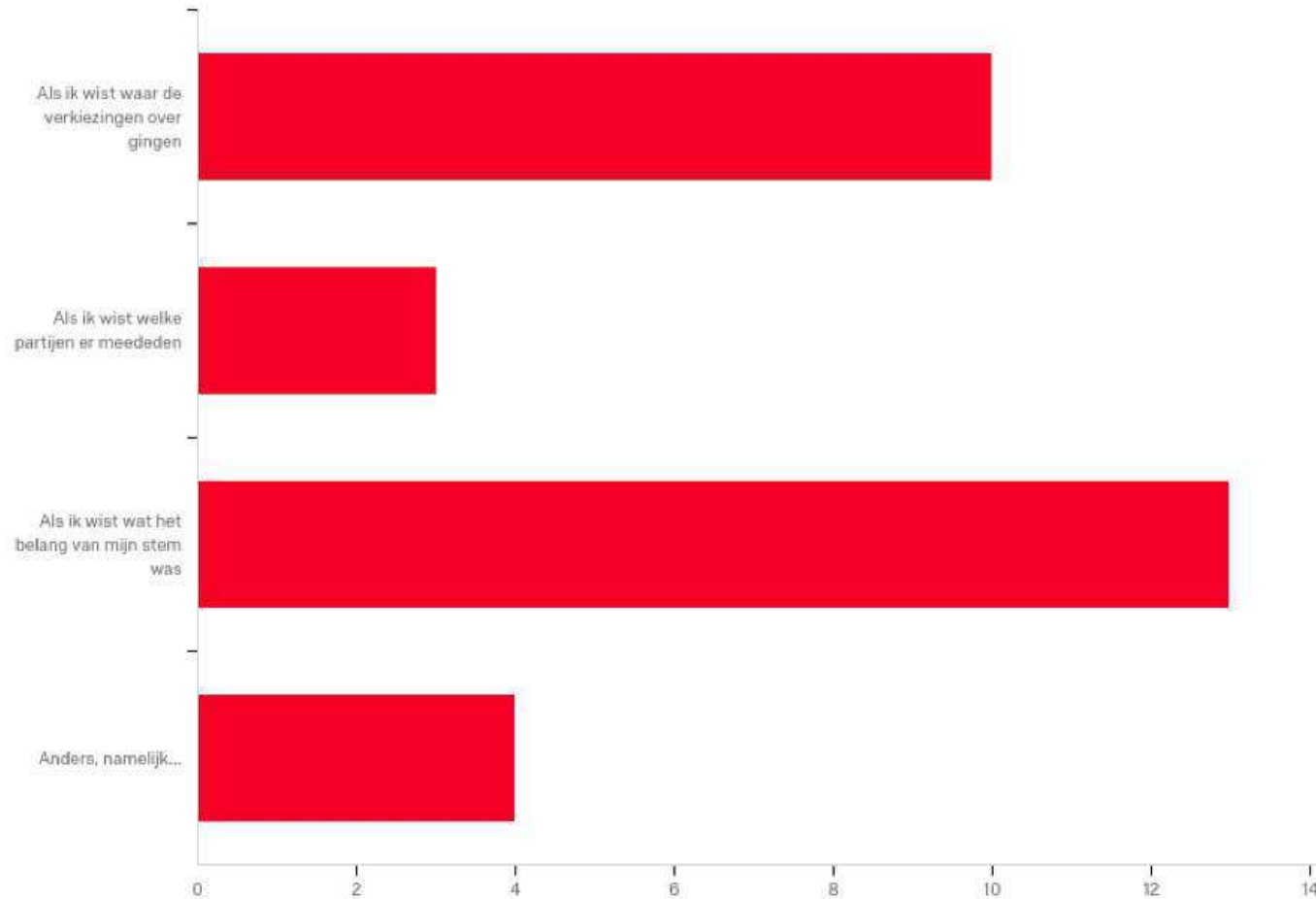
Q7 - Waarom heb je toen niet gestemd? (Meerdere antwoorden mogelijk)

#	Answer	%	Count
8	Anders, namelijk...	10.34%	3
	Total	100%	29

Q7 - Waarom heb je toen niet gestemd? (Meerdere antwoorden mogelijk)

Anders, namelijk...
Ik was te jong
ik was niet in Nederland
Te weinig tijd geïnvesteerd in daadwerkelijk weten waar welke partij voor staat en ik wilde niet random stemmen

Q8 - Wat had jou kunnen motiveren om wel te gaan stemmen?
(Meerdere antwoorden mogelijk)



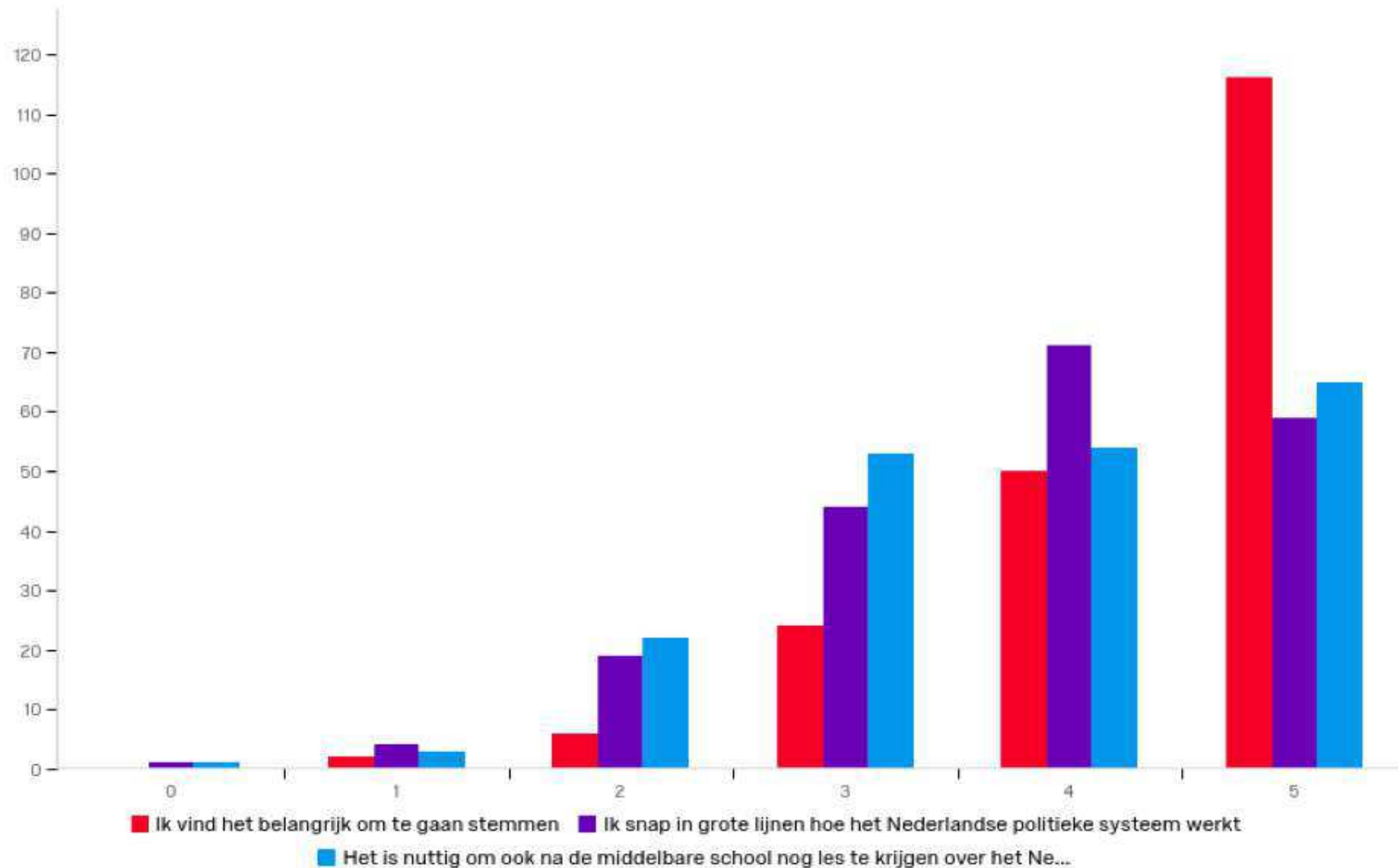
Q8 - Wat had jou kunnen motiveren om wel te gaan stemmen? (Meerdere antwoorden mogelijk)

#	Answer	%	Count
1	Als ik wist waar de verkiezingen over gingen	33.33%	10
2	Als ik wist welke partijen er meededen	10.00%	3
5	Als ik wist wat het belang van mijn stem was	43.33%	13
6	Anders, namelijk...	13.33%	4
	Total	100%	30

Q8 - Wat had jou kunnen motiveren om wel te gaan stemmen? (Meerdere antwoorden mogelijk)

Anders, namelijk...
Als ik tijd had om mijn stempas op te halen aan de andere kant van NL
Dat ik wel mocht stemmen :)
Als ik meer tijd had om te investeren in politiek
Niets

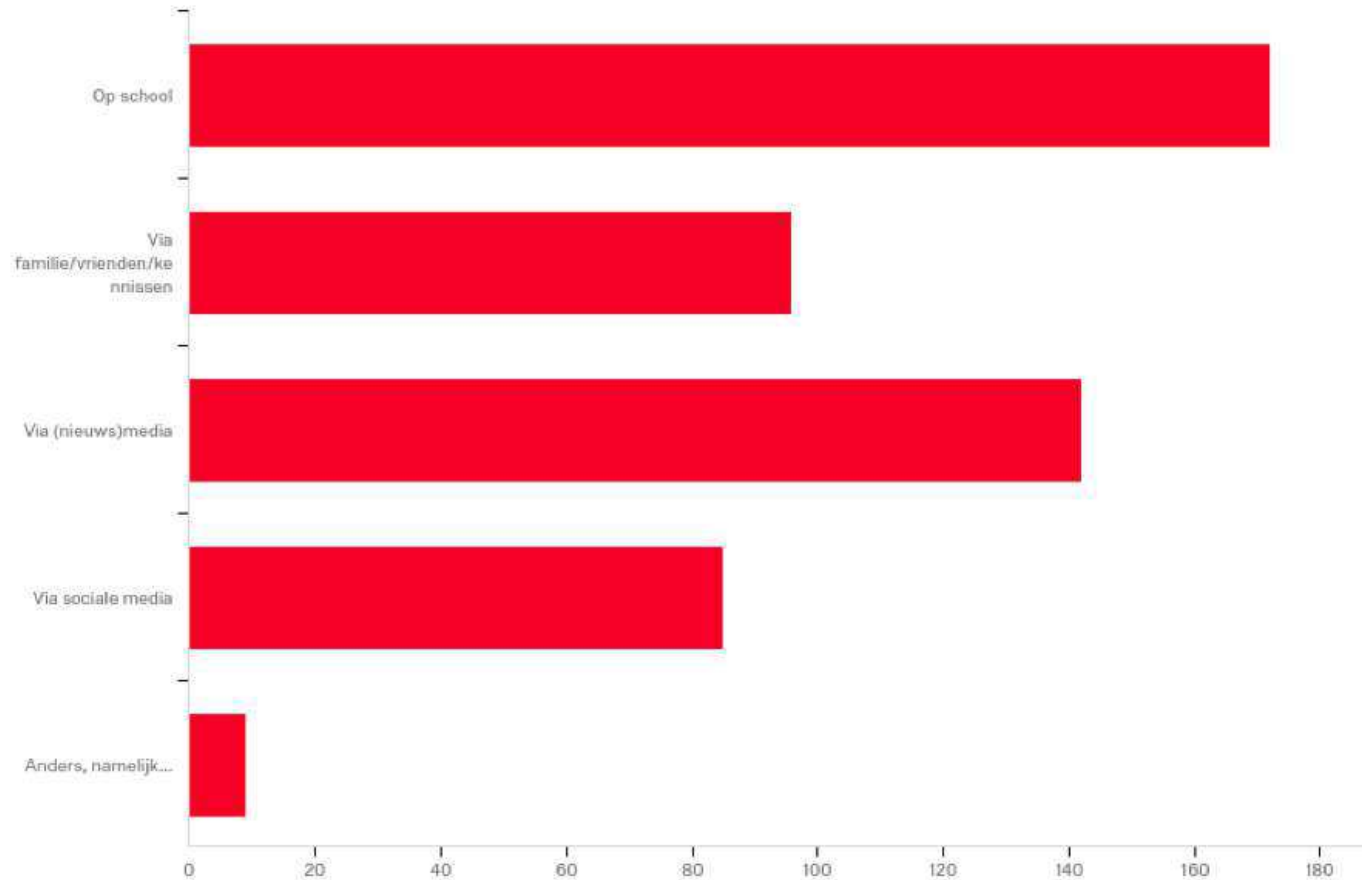
Q9 - Stellingen: 0 is helemaal oneens, 5 is helemaal eens.



Q9 - Stellingen: 0 is helemaal oneens, 5 is helemaal eens.

#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Ik vind het belangrijk om te gaan stemmen	1.00	5.00	4.37	0.88	0.78	198
2	Ik snap in grote lijnen hoe het Nederlandse politieke systeem werkt	0.00	5.00	3.80	1.06	1.13	198
3	Het is nuttig om ook na de middelbare school nog les te krijgen	0.00	5.00	3.77	1.10	1.21	198

Q10 - Wat zou voor jou een logische plek zijn om politieke kennis op te doen? (Meerdere antwoorden mogelijk)



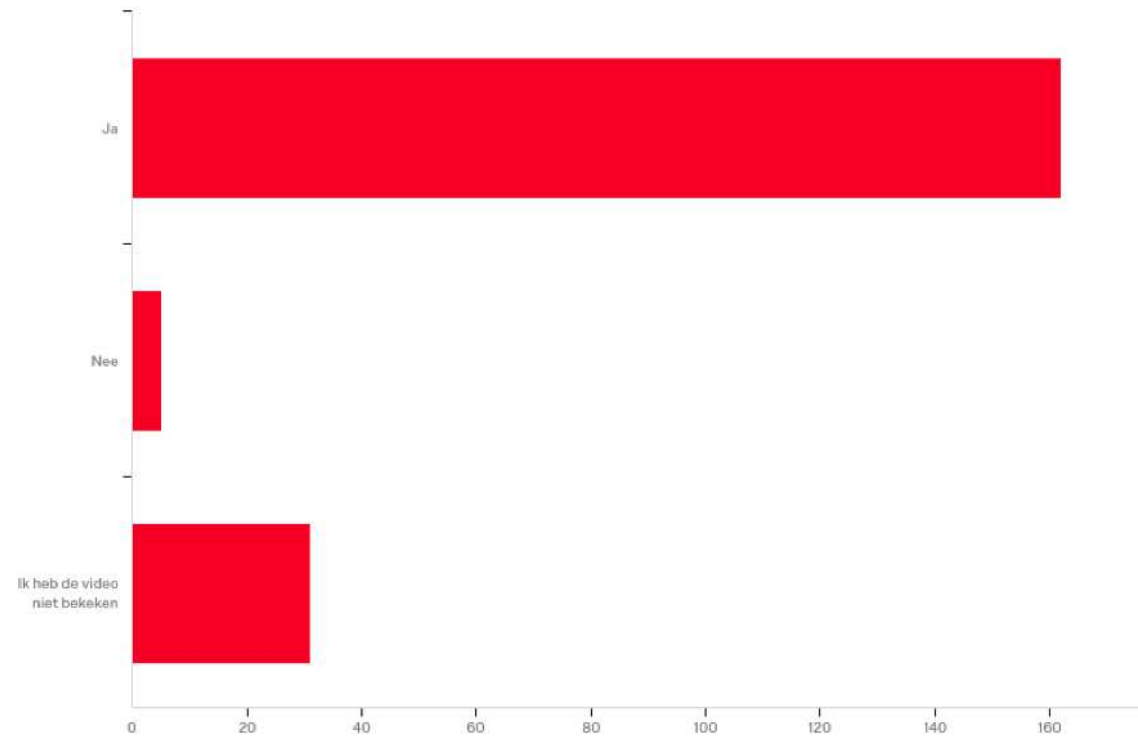
Q10 - Wat zou voor jou een logische plek zijn om politieke kennis op te doen? (Meerdere antwoorden mogelijk)

#	Answer	%	Count
1	Op school	34.13%	172
2	Via familie/vrienden/ kennissen	19.05%	96
3	Via (nieuws)media	28.17%	142
4	Via sociale media	16.87%	85
5	Anders, namelijk...	1.79%	9
	Total	100%	504

Q10 - Wat zou voor jou een logische plek zijn om politieke kennis op te doen? (Meerdere antwoorden mogelijk)

Anders, namelijk...
Bij een politieke jongerenorganisatie
Lezingen/colleges of andere evenementen
Politici
Informatie Websites
Musea, politieke organisaties zoals NIMD, Den Haag, provinciehuis, gemeentehuis, op bijeenkomsten van politieke partijen
Google
Op ProDemos!

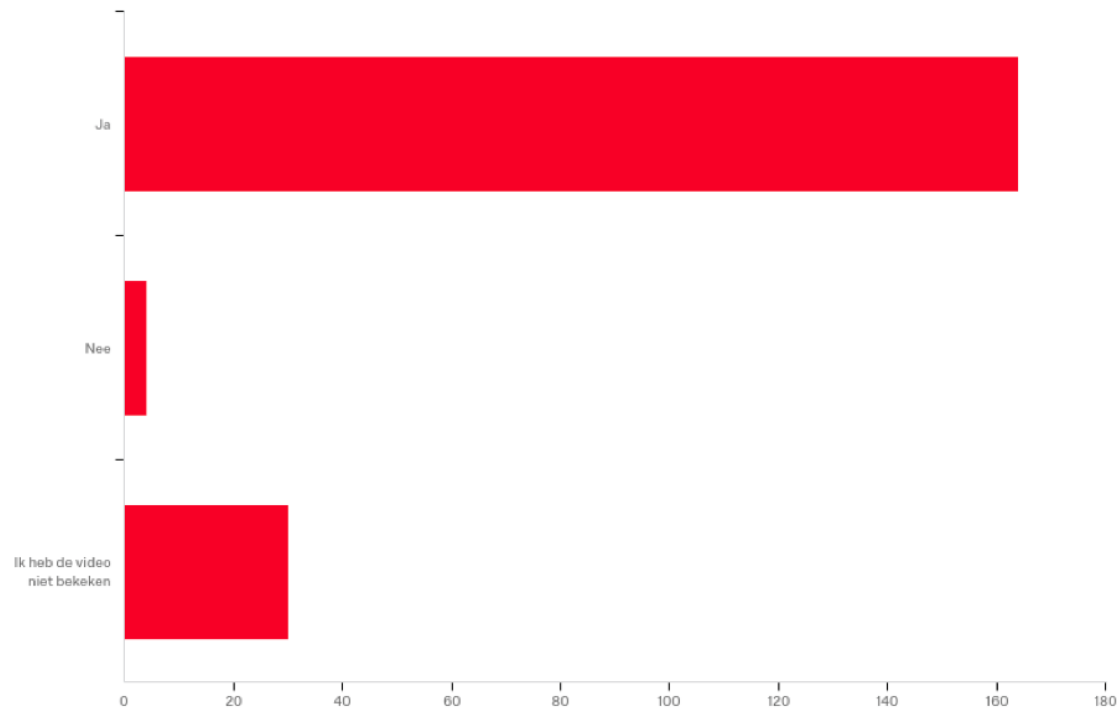
Q14 - Weet je nu hoe een Amerikaanse president afgezet moet worden?



Q14 - Weet je nu hoe een Amerikaanse president afgezet moet worden?

#	Answer	%	Count
1	Ja	81.82%	162
2	Nee	2.53%	5
3	Ik heb de video niet bekeken	15.66%	31
	Total	100%	198

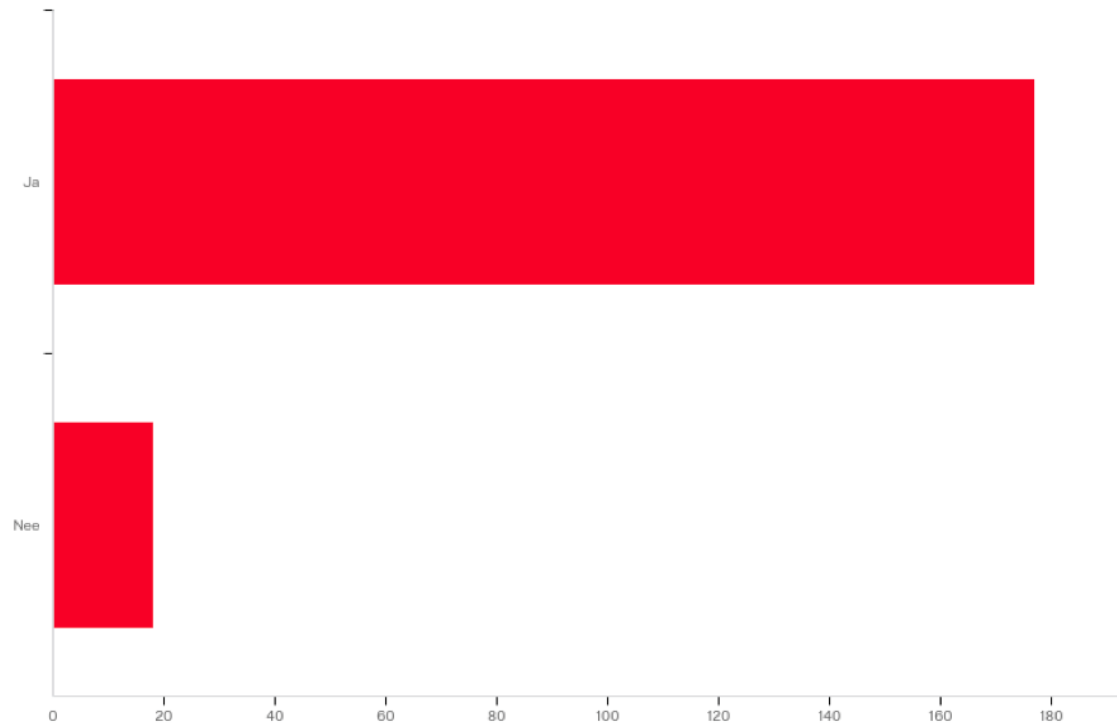
Q23 - Vind je dit een prettige vorm van uitleg krijgen?



Q23 - Vind je dit een prettige vorm van uitleg krijgen?

#	Answer	%	Count
1	Ja	82.83%	164
2	Nee	2.02%	4
3	Ik heb de video niet bekeken	15.15%	30
	Total	100%	198

Q15 - Zou jij behoefte hebben aan dit soort video's over het Nederlandse politieke systeem?



Q15 - Zou jij behoefte hebben aan dit soort video's over het Nederlandse politieke systeem?

#	Answer	%	Count
1	Ja	90.77%	177
2	Nee	9.23%	18
	Total	100%	195

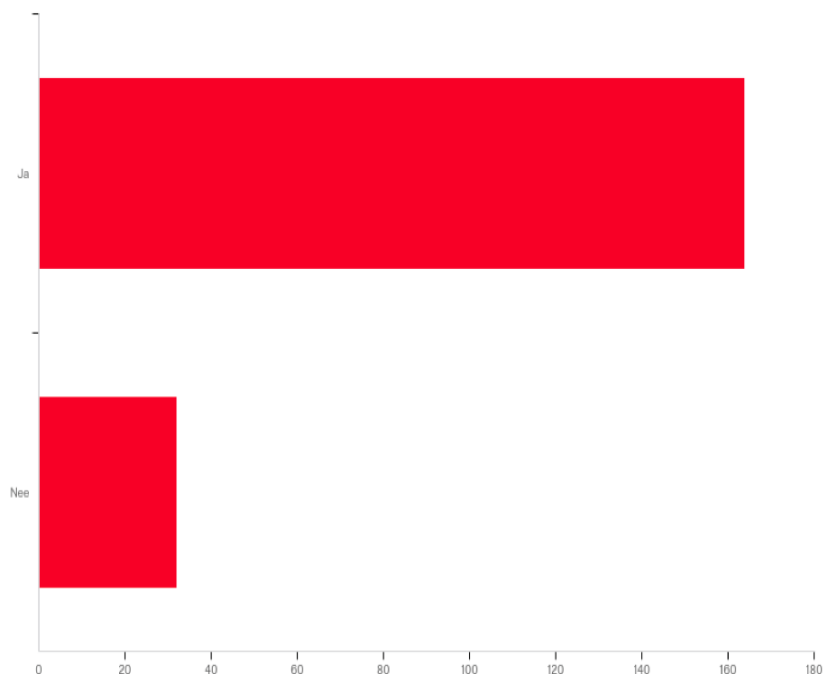
Q16 - Zou je dit soort video's op sociale media bekijken?



Q16 - Zou je dit soort video's op sociale media bekijken?

#	Answer	%	Count
1	Ja	82.23%	162
2	Nee	17.77%	35
	Total	100%	197

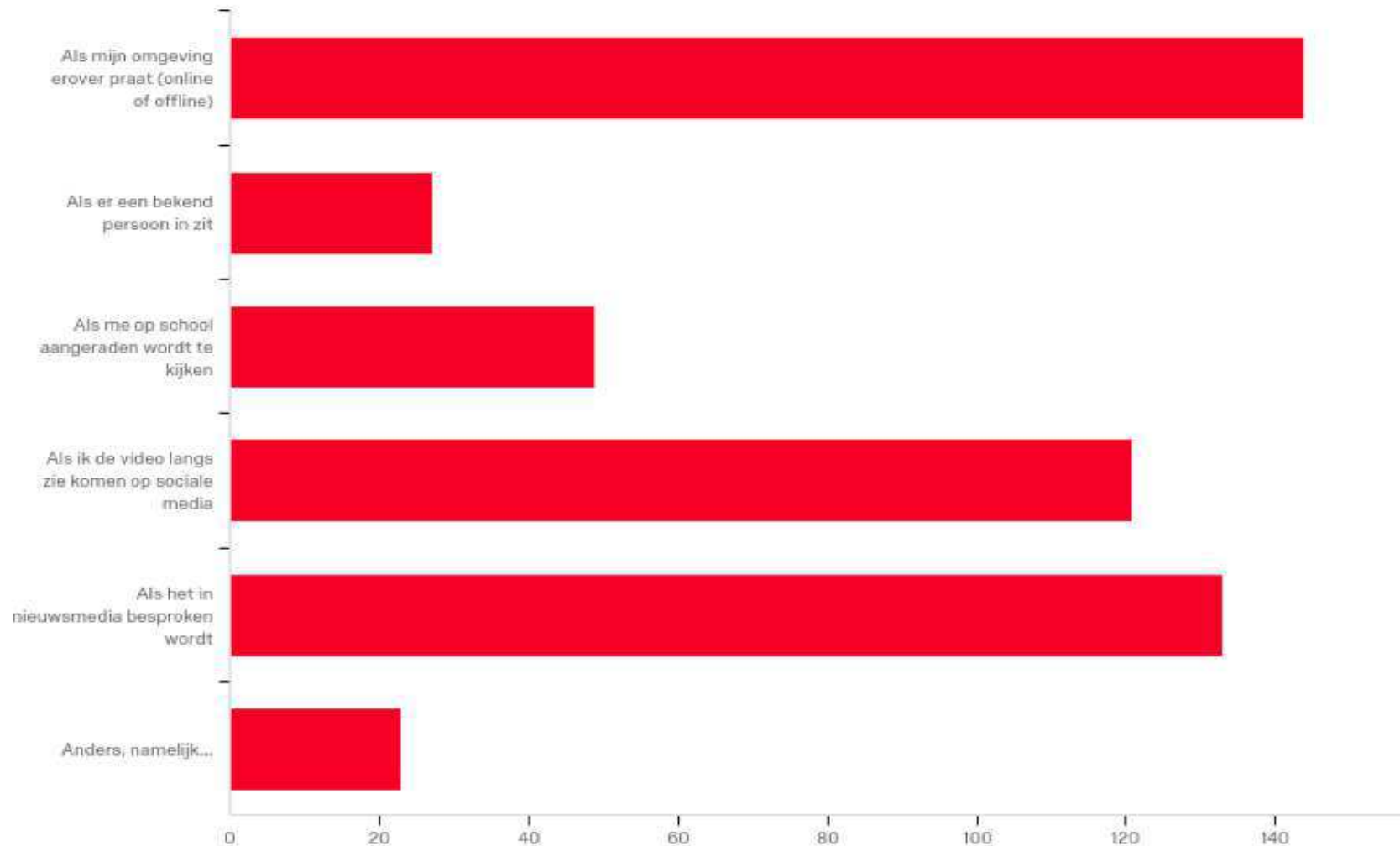
Q17 - Zou je dit soort video's via je school bekijken?



Q17 - Zou je dit soort video's via je school bekijken?

#	Answer	%	Count
1	Ja	83.67%	164
2	Nee	16.33%	32
	Total	100%	196

Q18 - Wanneer wekt een video jouw interesse? (Meerdere antwoorden mogelijk)



Q18 - Wanneer wekt een video jouw interesse? (Meerdere antwoorden mogelijk)

#	Answer	%	Count
1	Als mijn omgeving erover praat (online of offline)	28.97%	144
2	Als er een bekend persoon in zit	5.43%	27
3	Als me op school aangeraden wordt te kijken	9.86%	49
5	Als ik de video langs zie komen op sociale media	24.35%	121
6	Als het in nieuwsmedia besproken wordt	26.76%	133
7	Anders, namelijk...	4.63%	23

Q18 - Wanneer wekt een video jouw interesse? (Meerdere antwoorden mogelijk)

#	Answer	%	Count
	Total	100%	497

Q18 - Wanneer wekt een video jouw interesse? (Meerdere antwoorden mogelijk)

Anders, namelijk...
Als de video mooi en duidelijk vormgegeven is.
Het moet een pakkende titel hebben
Als het dingen betreft die ik nog niet weet en graag wil weten.
als het een korte, duidelijke en makkelijke toegankelijke video is.
Allemaal eigenlijk niet, maar ik weet ook niet wat wel eigenlijk.
Als ik de tijd heb zal ik het bekijken
onderwerp interessant is
Als het er voor mij relevant en interessant uit ziet
Als het onderwerp me aanspreekt
Visuele en intellectuele aantrekkelijkheid
Het onderwerp me aanspreekt en duidelijk lijkt te zijn.

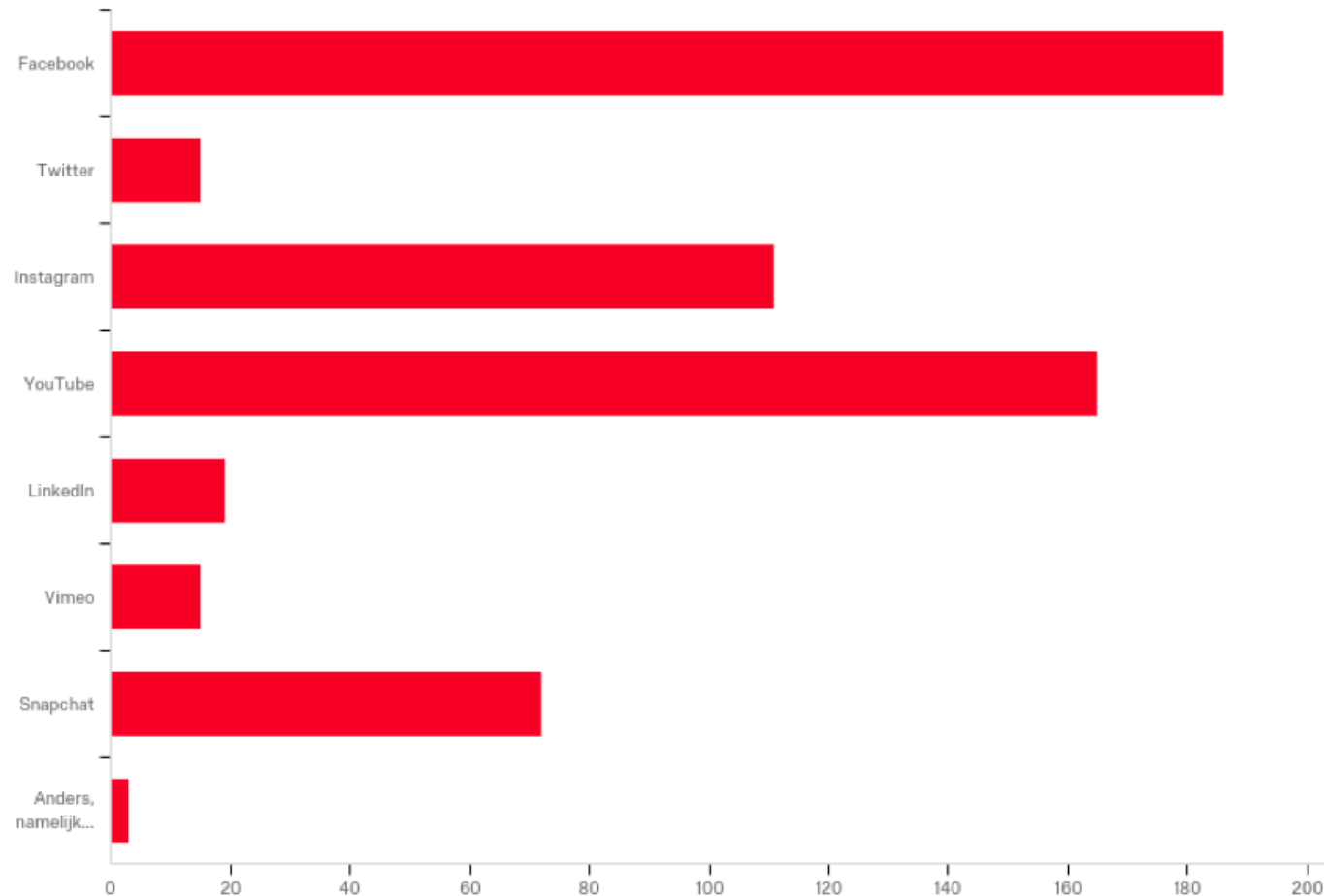
Q18 - Wanneer wekt een video jouw interesse? (Meerdere antwoorden mogelijk)

Anders, namelijk...
Als het in een youtube video zit die ik kijk of voor een film in de bios
Als het interessant is en mijn blik blijft hangen.
Als het onderwerp relevant en/of interessant is
Als ik het wil weten
Als t kort is en een interessante titel heeft
Het onderwerp interessant is/aanspreekt
Als het onderwerp me aanspreekt.
Als er aantrekkelijke visuele aspecten in de video zitten.
Als het onderwerp me aanspreekt
Als het iets is wat ik wil weten en het op een beeldende, makkelijk te volgen manier wordt uitgelegd (zoals het vorige filmpje)
Youtube

Q18 - Wanneer wekt een video jouw interesse? (Meerdere antwoorden mogelijk)

Anders, namelijk...
Als het gaat over iets wat mij aanspreekt.

Q21 - Op welke sociale media bekijk je video's? (Meerdere antwoorden mogelijk)



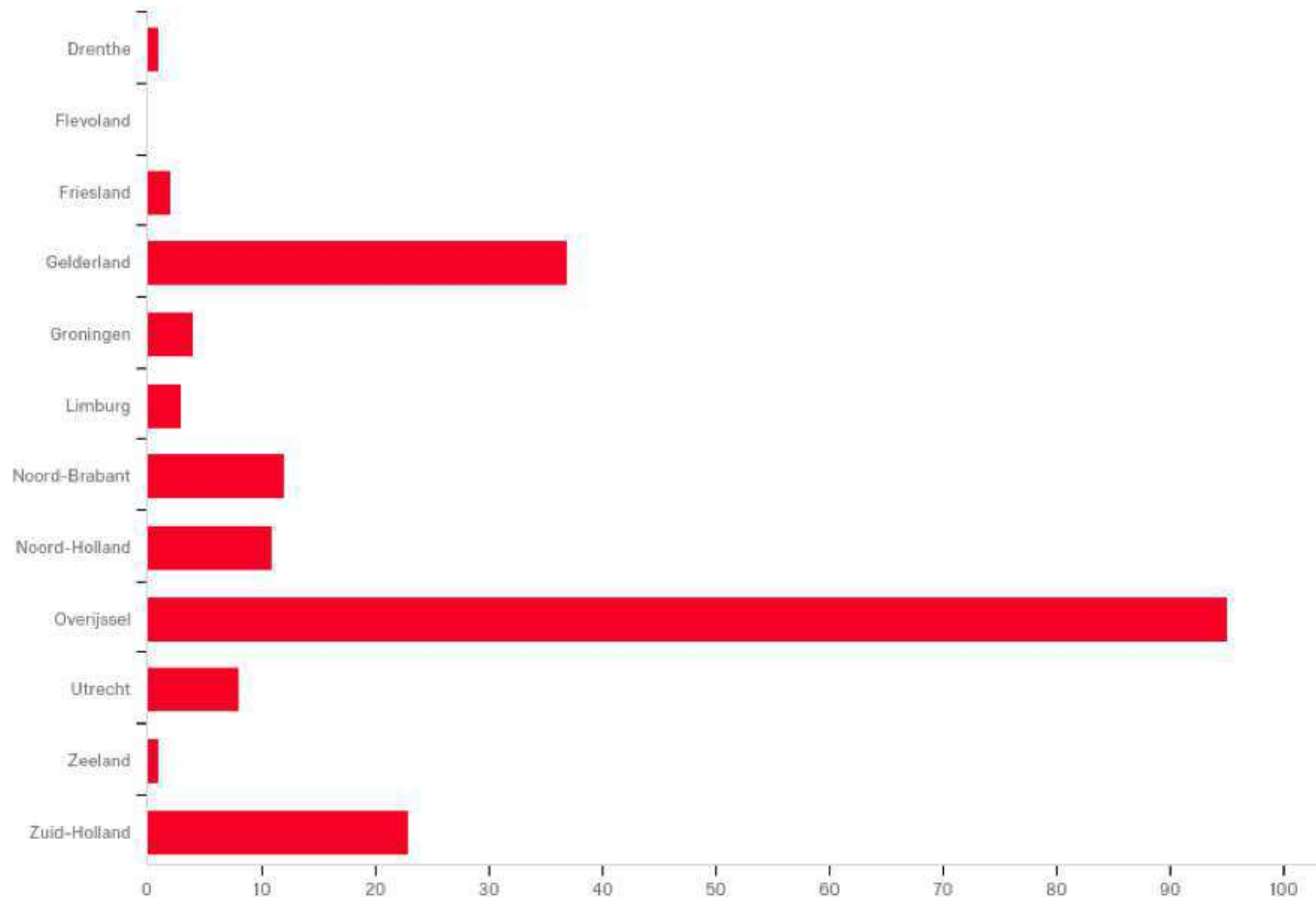
Q21 - Op welke sociale media bekijk je video's? (Meerdere antwoorden mogelijk)

#	Answer	%	Count
1	Facebook	31.74%	186
2	Twitter	2.56%	15
3	Instagram	18.94%	111
4	YouTube	28.16%	165
5	LinkedIn	3.24%	19
6	Vimeo	2.56%	15
7	Snapchat	12.29%	72
8	Anders, namelijk...	0.51%	3
	Total	100%	586

Q21 - Op welke sociale media bekijk je video's? (Meerdere antwoorden mogelijk)

Anders, namelijk...
Imgur, Funnyjunk
Dumpert

Q22 - In welke provincie woon je? Selecteer de provincie waar je ingeschreven staat, dus waar jij je stem mag uitbrengen.



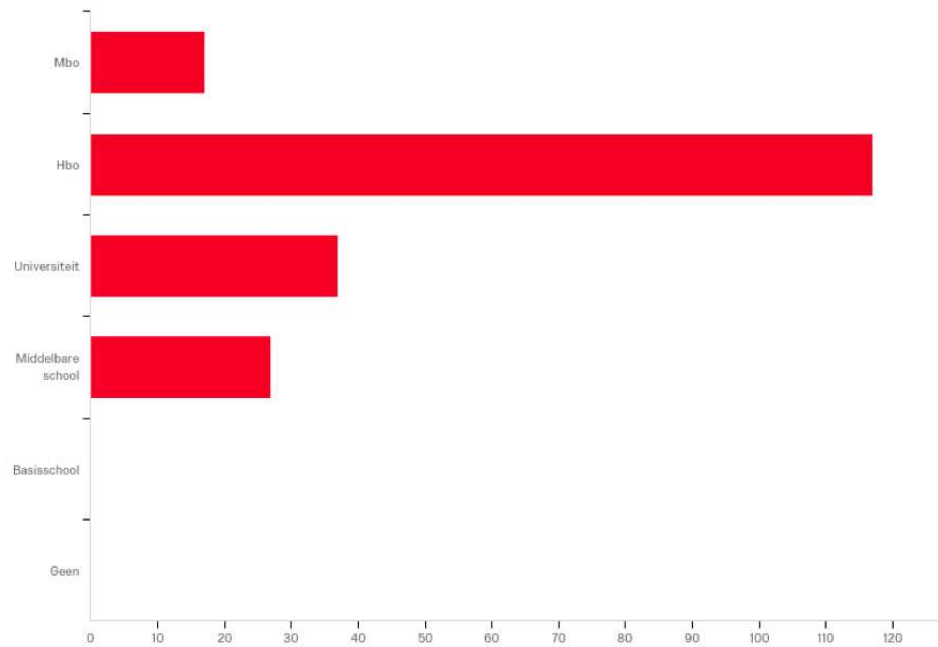
Q22 - In welke provincie woon je? Selecteer de provincie waar je ingeschreven staat, dus waar jij je stem mag uitbrengen.

#	Answer	%	Count
1	Drenthe	0.51%	1
2	Flevoland	0.00%	0
3	Friesland	1.02%	2
4	Gelderland	18.78%	37
5	Groningen	2.03%	4
6	Limburg	1.52%	3
7	Noord-Brabant	6.09%	12
8	Noord-Holland	5.58%	11
9	Overijssel	48.22%	95
10	Utrecht	4.06%	8
11	Zeeland	0.51%	1

Q22 - In welke provincie woon je? Selecteer de provincie waar je ingeschreven staat, dus waar jij je stem mag uitbrengen.

#	Answer	%	Count
12	Zuid-Holland	11.68%	23
	Total	100%	197

Q2 - Wat is je hoogst genoten opleiding? (Ben je mee bezig of heb je afgerond)



Q2 - Wat is je hoogst genoten opleiding? (Ben je mee bezig of heb je afgerond)

#	Answer	%	Count
1	Mbo	8.59%	17
2	Hbo	59.09%	117
3	Universiteit	18.69%	37
4	Middelbare school	13.64%	27
5	Basisschool	0.00%	0
6	Geen	0.00%	0
	Total	100%	198

Introductie

Huisstijlhandboek ProDemos

ProDemos is het 'Huis voor democratie en rechtsstaat'. ProDemos legt uit wat de spelregels zijn van de democratie en de rechtsstaat en laat zien wat je zelf kunt doen om de toekomst uit te bouwen – in de gemeente, de provincie, het land en Europa.



Stedenbouwkundig ontwerp van het gemeentehuis van Den Haag (foto: Peter van der Vliet)

ProDemos in Den Haag: kom naar het Binnenhof!

Het Bezoekerscentrum van ProDemos staat recht tegenover het Binnenhof in Den Haag. Vanuit die plek bieden we rondleidingen, educatieve programma's, debatten, exposities, cursussen en ook zaaiïden. Jaarlijks ontvangen we tienduizenden scholieren, studenten, leden van politieke organisaties, toeristen en andere enthousiastelingen, die via ons ervaren hoe politiek, democratie en rechtsstaat functioneren.

Actief in heel Nederland

ProDemos werkt samen met gemeenten, provincies, rechtsbanken en onderwijsinstellingen. Met behulp van onze cursuspresentaties, begeleiders en lesmateriaal helpen we hen bij bijvoorbeeld gemeenteraadsverkiezingen, waar de politieke overgang gaat, of hoe een rechtszaak verloopt.

Voor scholen

Voor scholen hebben we politieke excursies, gastlessen, rondleidingen en lesmateriaal over actuele onderwerpen op het gebied van democratie en rechtsstaat, een schat aan mogelijkheden om lessen concreet en levendig te maken.

ProDemos Academie

ProDemos doet onderzoek naar onderwerpen als burgerparticipatie en de diversiteit van de volksovereenkomsten. Ook organiseren we colloquia, cursussen, evenementen en debatten en geven we informele publicaties uit die vaak gratis te downloaden zijn. Voor internet maken we digitale tools zoals de Stemwijzer en de Registratiewijzer.



het woordbeeld

ProDemos bestaat uit het Grieks 'voor het volk'. Daar is het allemaal om te doen: democratie en rechtsstaat zijn voor het volk. Maar ze vereenvoudigen het niet. Het functioneren alleen maar als het volk ook actief participeert. En daar helpt ProDemos bij. Door voorlichting en het tillen van activiteiten bevordert ProDemos de kennis en betrokkenheid van de burgers met de democratische rechtsstaat.

Schrijfwijze

In geschreven teksten wordt ProDemos met twee kapitalen geschreven. Een kapitale P en een kapitale D. ProDemos wordt in principe altijd vergezeld van de achtergrond 'Huis voor democratie en rechtsstaat'. Bij het uitschrijven van de naam ProDemos met de ondergrond worden de twee delen met een liggend streepje verbonden.

ProDemos - Huis voor democratie en rechtsstaat

Woordbeeld

Het woordbeeld heeft een kapitale P en een kapitale D, waardoor het accent op de twee samenstellingen wordt gelegd. Pro (voor) en Demo (het volk). De M zou je kunnen associëren met een Griekse tempel. Aan impact, die door drie pilaren wordt gedragen. Wat ook weer een aardige metafoor voor de democratie oplevert. De democratische rechtsstaat, zoals wij die tegenwoordig kennen, berust ook op drie pilaren. De trias politica. De scheiding der machten. De wetgevende macht, de rechtstreekse macht en de uitvoerende macht.

Varianten van het woordbeeld

Er bestaan twee varianten van het Nederlandse logo van ProDemos. Bij de eerste, het basislogo, staat de ondergrond gecentreerd onder het woordbeeld. Het logo kan zowel portret als landschap gebruikt worden, zoals hier rechts afgebeeld. Bij de tweede variant staat de ondergrond rechts van het logo. Ook deze variant kan zowel portret als landschap gebruikt worden. Beide varianten zijn ook vertaald.

ProDemos
Huis voor democratie en rechtsstaat

ProDemos
House for Democracy and the Rule of Law

ProDemos
Huis voor democratie en rechtsstaat

ProDemos
House for Democracy and the Rule of Law

Verkleurde varianten van het woordbeeld zijn mogelijk. Het is belangrijk dat de afmetingen gelijk zijn, anders verliezen de afmetingen.

ProDemos
Huis voor democratie en rechtsstaat

ProDemos
House for Democracy and the Rule of Law

ProDemos
Huis voor democratie en rechtsstaat

ProDemos
House for Democracy and the Rule of Law

Verkleurde varianten van het woordbeeld zijn mogelijk. Het is belangrijk dat de afmetingen gelijk zijn, anders verliezen de afmetingen.

ProDemos Huis voor democratie en rechtsstaat

ProDemos Huis voor democratie en rechtsstaat

ProDemos Huis voor democratie en rechtsstaat

ProDemos House for Democracy and the Rule of Law

ProDemos House for Democracy and the Rule of Law

ProDemos House for Democracy and the Rule of Law

Huis voor democratie

ProDemos Huisstijlhandboek 2017 - Studio Fuel

Kleurgebruik

Verkleurbaarheid is een belangrijk aspect binnen de huisstijl van ProDemos. Deze verkleurbaarheid is een analogie met de verkleurbaarheid van een democratische rechtsstaat. ProDemos partijen en belangengroepen hebben vaak een prominente kleur waarmee zij zich profileren. De VVD doet het met donkerblauw en oranje, het CDA is groen en de D66 partijkleuren zijn rood en wit. Het gaat ook om 'kleur behouden' en partijkleuren. Waar sta je en wat vind je? Een politieke mening. Zelfs kabinetten krijgen een kleur. Paars 1-3-3-3, brons.

100%	75%	50%	25%
geel: L=100 M=0 Y=80 K=0			
oranje: C=10 M=75 Y=90 K=0			
rood: C=0 M=100 Y=0 K=0			
paars: C=10 M=100 Y=0 K=0			
blauw: C=75 M=0 Y=0 K=0			
groen: C=70 M=30 Y=100 K=0			
bruin: C=0 M=50 Y=0 K=50			

ProDemos Huisstijlhandboek 2017 - Studio Fuel

Afbeeldingsrichtlijn

ProDemos heeft er belang aan om de originele merken (producten en diensten) visueel en inhoudelijk te positioneren als activiteiten van / door ProDemos. Daarom heeft ProDemos voor een zogeheten afbeeldingsrichtlijn. Daarbij worden de merken van ProDemos deel te laten uitmaken van de herkenbare familie en bekendheid te geven aan de merken bij de achterliggende organisatie. De afbeeldingsrichtlijn krijgt vorm door een consequent gebruik van de huisstijl. Om zo goed mogelijk aan te sluiten op de verkleurbaarheid van de huisstijl, kiezen we bij samenwerkingsprojecten voor het gekleurde 'afbeeldings' De kleurencombinaties zijn vrij, zolang de gekleurde werken uit het kleurenpalet van ProDemos (zie links). Let op voldoende contrast tussen voor- en achtergrondkleur, zodat het woordbeeld goed leesbaar blijft. De ondergrond blijft zwart.

consequent gebruik van de huisstijl. Om zo goed mogelijk aan te sluiten op de verkleurbaarheid van de huisstijl, kiezen we bij samenwerkingsprojecten voor het gekleurde 'afbeeldings' De kleurencombinaties zijn vrij, zolang de gekleurde werken uit het kleurenpalet van ProDemos (zie links). Let op voldoende contrast tussen voor- en achtergrondkleur, zodat het woordbeeld goed leesbaar blijft. De ondergrond blijft zwart.

ProDemos
Huis voor democratie en rechtsstaat

ProDemos
Huis voor democratie en rechtsstaat

ProDemos
Huis voor democratie en rechtsstaat

ProDemos
Huis voor democratie en rechtsstaat

ProDemos
Huis voor democratie en rechtsstaat

ProDemos
Huis voor democratie en rechtsstaat

ProDemos
Huis voor democratie en rechtsstaat

ProDemos
Huis voor democratie en rechtsstaat

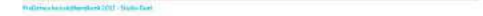
ProDemos
Huis voor democratie en rechtsstaat

ProDemos
Huis voor democratie en rechtsstaat

ProDemos
Huis voor democratie en rechtsstaat

ProDemos
Huis voor democratie en rechtsstaat

Verkleurde varianten van het woordbeeld zijn mogelijk. Het is belangrijk dat de afmetingen gelijk zijn, anders verliezen de afmetingen.





webrichtlijnen

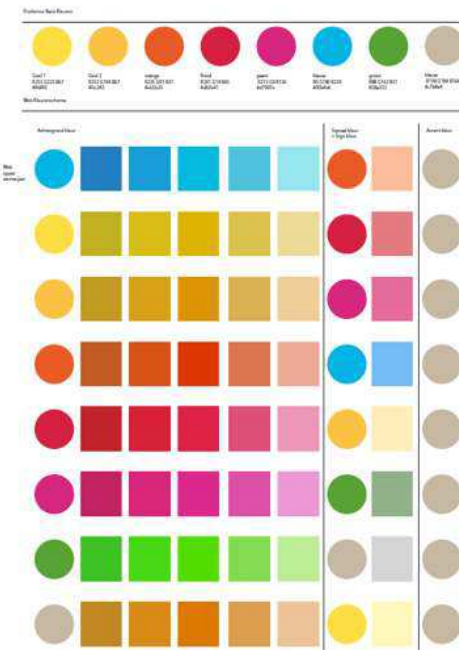
ProDemos behoort meer dan 25 websites. Samen zijn een initiatief en eigendom van ProDemos (gemeenteweb, gemeenteweb) anders zijn genoemd en worden beheerd in opdracht van de Gemeente Rotterdam (Streekverkeers, jongeren, senioren, etc.). Voor de websites die initiatief en eigendom van ProDemos zijn, geldt de richtlijnrichtlijn van ProDemos. De richtlijnrichtlijn voor web kan in grote delen overeenstemmen met de richtlijnen voor web.

toegankelijkheid
De websites en mobiele toepassingen van ProDemos moeten toegankelijk en gebruiksvriendelijk zijn voor een breed publiek. Ook binnen en buiten Rotterdam. Dit houdt in dat de websites van de gemeenteweb zamen moeten worden.

Kleurgebruik
Ook voor web geldt dat er gebruik gemaakt wordt van 3 basis kleuren uit het ProDemos kleurenpalet. Hiermee staan de RGB waarden vermeld.

CSS stijlen
Op de hierna volgende pagina is een overzicht van CSS-stijlen, zoals die gebruikt zijn voor de Gemeenteweb, toegevoegd.

lettertypes voor web
Voor online gebruik hanteert ProDemos de webfonts Archivo Narrow of Fira. De Fira is een Google Font en kan via deze link: <https://fonts.google.com/specimen/Fira> gedownload worden.



CSS ELEMENTS

H1 titel

Font name: Fira sans (google web font)
Font size: 48pt
Font weight: light and bold ()

H2 sub titel

Font name: Fira sans (google web font)
Font size: 36pt
Font weight: light

H3 inleiding vet

Font name: Fira sans (google web font)
Font size: 36pt
Font weight: bold ()

H4 call to action

Font name: Fira sans (google web font)
Font size: 24pt
Font weight: bold ()

H5 link

Font name: Fira sans (google web font)
Font size: 18pt
Font weight: medium italic

p1

Font name: Fira sans (google web font)
Font size: 24pt
Font weight: regular

p2

Font name: Fira sans (google web font)
Font size: 24pt
Font weight: regular

p3

Font name: Fira sans (google web font)
Font size: 24pt
Font weight: regular

line height

6px

quoted text

Font name: Bree serif (google web font)
Font weight: regular

CSS ELEMENTS

Buttons

Font family: Fira sans
Font weight: medium

Font family: Fira sans
Font weight: light

linked Buttons

Font family: Fira sans
Font weight: regular

grid



CSS ELEMENTS

roll over effects

Font family: Fira sans
Font weight: bold ()



CSS ELEMENTS

roll over effects

Font family: Fira sans
Font weight: bold ()





First Time Voters