

# DE POLITIEK DICHTBIJ

OVER DE MANIEREN WAAROP GEMEENTEN BURGERS BETREKKEN BIJ DE LOKALE  
REPRESENTATIEVE DEMOCRATIE

Door Yara Al Salman

April 2016

## INHOUDSOPGAVE

I.	Inleiding	3
II.	Lokale politieke betrokkenheid	3
III.	Onderzoeksmethode	4
IV.	Hoe informeren gemeenten inwoners over de werking van de gemeentepolitiek?	6
V.	Hoe laten gemeenten inwoners kennismaken met raadsleden?	10
VI.	Hoe stimuleren gemeenten inwoners om te gaan stemmen?	11
VII.	Hoe werven gemeenten raadsleden?	15
VIII.	Conclusie	18
IX.	Aanbevelingen	19
	Bronvermelding	23
	Colofon	25
	Bijlage 1	26
	Bijlage 2	31
	Bijlage 3	32

## I. INLEIDING

In 2015 is ProDemos gestart met het project Politiek Bewust & Politiek Actief. Als onderdeel van dit project heeft ProDemos, met steun van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, 11 cursussen Politiek Actief georganiseerd in het hele land. De cursus Politiek Actief heeft als doel de lokale politieke kennis van volwassen burgers te vergroten en om burgers te stimuleren om politiek betrokken en actief te worden op gemeentelijk niveau (ProDemos, 2015). De cursussen worden samen met gemeenten georganiseerd. Daarnaast onderzocht ProDemos in het kader van dit project hoe gemeenten zelf inwoners betrekken bij de lokale representatieve democratie. In samenspraak met het ministerie van BZK is er gekozen voor een exploratief onderzoek, met als doel te inventariseren wat gemeenten in de afgelopen twee jaar (januari 2014 t/m december 2015) hebben gedaan om inwoners bij de politiek te betrekken, en om een duidelijker beeld te krijgen van de belemmeringen die gemeenten hierbij ervoeren. In dit rapport worden de resultaten van het onderzoek weergegeven. Het rapport is als volgt ingedeeld. In de tweede sectie wordt nader ingegaan op het belang van politieke betrokkenheid op lokaal niveau, en wordt de onderzoeksvraag beschreven. In de derde sectie volgt een uiteenzetting over de methoden die zijn gebruikt in het onderzoek. Vervolgens worden de resultaten per thema besproken. Daarna volgt een conclusie waarin de resultaten worden samengevat. Aan het eind van het rapport staan een aantal aanbevelingen voor gemeenten die voornemens zijn inwoners actief te betrekken bij de lokale democratie.

## II. LOKALE POLITIEKE BETROKKENHEID

Voor het goed functioneren van de lokale democratie is het van groot belang dat burgers betrokken zijn bij de politiek in de gemeente. In een gemeente waar weinig burgers invloed proberen uit te oefenen op de politiek (bijvoorbeeld door te stemmen), kan het bestuur de burgers niet goed vertegenwoordigen. Het beleid reflecteert in dergelijke gemeenten niet de visies en wensen die bij een groot deel van de bewoners leven, en de bestuurders kunnen geen signalen oppikken van burgers die kritiek hebben op het beleid of nieuwe ideeën hebben over een bepaald onderwerp in de gemeente. Politieke betrokkenheid behelst echter niet alleen participatie, maar ook het beschikken over politieke kennis. Om te kunnen begrijpen wat er in de gemeente wordt besloten en hier invloed op uit te oefenen, is het essentieel dat burgers beschikken over enige kennis van de politieke instituties en actoren, het proces van besluitvorming (inclusief de mogelijkheden om hier als burger een rol in te spelen) en de belangrijke vraagstukken in hun gemeente. Zeker nu de gemeente als gevolg van de decentralisaties meer zeggenschap heeft gekregen over zaken die burgers diep raken, is het van belang dat inwoners betrokken zijn bij de gemeentelijke besluitvorming.

Echter, op dit moment zijn burgers weinig betrokken bij de lokale politiek. Het opkomstpercentage voor de gemeenteraadsverkiezingen is al jaren rond de 20 procentpunt lager dan dat voor Tweede Kamerverkiezingen. In 2014 bedroeg het opkomstpercentage 54% en het is na de gemeenteraadsverkiezingen van 1994 niet meer boven de 60% uitgestegen (Kiesraad, 2014). Eén van de redenen dat het opkomstpercentage zo laag is, is het gebrek aan interesse van inwoners voor de politiek. Uit onderzoek van Boogers en Salome (2014) blijkt dit met 31% de vaakst genoemde reden om niet te gaan stemmen. Het gebrek aan betrokkenheid blijkt behalve uit de lage verkiezingsopkomst ook uit de moeite die politieke partijen al jaren hebben met het werven van kandidaat raadsleden. Zo had in 2014 had maar liefst 40,2% van de afdelingen van politieke partijen moeite met het vinden van geschikte kandidaten voor de verkiesbare plaatsen op de lijst (Voerman en Boogers, 2014). Dit wordt nog eens bevestigd door een onderzoek van Nieuwsuur (2014), waaruit blijkt dat raadsgriffiers in 97 gemeenten problemen constateren met het vinden van raadsleden. Dit betekent echter niet dat inwoners geen invloed willen uitoefenen op de lokale politiek. Castenmiller en Van Dam (2010) constateren dat meer dan 80% van de ondervraagde burgers meer invloed willen op de lokale politiek. Echter, het is voor minder dan 40% van

de ondervraagden duidelijk hoe ze invloed kunnen uitoefenen op de politiek (Castenmiller en Van Dam, 2010). Met andere woorden: meer dan 60% weet niet wat de mogelijkheden zijn om op een effectieve manier te participeren in de politiek. Afsluitend kunnen we stellen dat de politieke interesse, kennis en participatie – in één woord: de politieke betrokkenheid – van burgers op lokaal niveau erg laag is.

Traditioneel werd het stimuleren van politieke betrokkenheid vooral gezien als een taak voor politieke partijen. Echter, de laatste jaren ontplooiën gemeentebesturen en gemeenteorganisaties zelf ook initiatieven om de politieke participatie van inwoners te stimuleren en om ze te informeren over de werking van de gemeentepolitiek. Voor inwoners heeft dit als voordeel dat zij geen lid hoeven te worden van een politieke partij om hun politieke kennis en vaardigheden te kunnen ontwikkelen. Dit is belangrijk omdat de stap om lid te worden van een partij voor veel mensen te groot of zelfs onwenselijk is. Daarnaast blijkt uit ervaringen en projectevaluaties van ProDemos (2016) dat veel burgers willen leren over politiek in een ‘neutrale’ setting, waar de informatie niet politiek gekleurd is. Bovendien kunnen gemeenten activiteiten organiseren waar politieke partijen niet de capaciteit of bevoegdheid voor hebben. Zeker in het geval van het bevorderen van verkiezingsopkomst, wijst onderzoek uit dat effectieve strategieën (zoals bijvoorbeeld het organiseren van een brede communicatiecampagne) het beste door gemeenten kunnen worden geadopteerd (Krouwel, Kokx en Pol, 2009). Dit betekent niet dat er geen taak meer ligt voor politieke partijen; integendeel, politieke partijen en gemeenten moeten samen te werk gaan om de politieke betrokkenheid van inwoners te vergroten.

In het domein van burgerparticipatie en de ‘doe-democratie’ zijn er al veel onderzoeken uitgevoerd die systematisch vastleggen wat gemeenten doen om participatie te stimuleren. Een voorbeeld is de tweejaarlijkse Monitor Burgerparticipatie van ProDemos. Er worden daarentegen minder onderzoeken gedaan naar wat gemeenten (kunnen) doen om de betrokkenheid bij de lokale *representatieve* democratie te bevorderen. De onderzoeken die hier wel over gaan, richten zich bovendien vooral op activiteiten die worden ondernomen in verkiezingstijd. Echter, betrokkenheid bij de vertegenwoordigende democratie kan en moet continu gestimuleerd worden. Dit onderzoek richt zich daarom op de volgende vraag: Hoe hebben gemeenten in de periode januari 2014 t/m december 2015 burgers actief betrokken bij de lokale vertegenwoordigende democratie? Om deze vraag te beantwoorden voerden we onderzoek uit naar de activiteiten die gemeenten in deze periode hebben georganiseerd om (1) inwoners te informeren over de werking van gemeentepolitiek en de mogelijkheden voor politieke participatie; (2) inwoners kennis te laten maken met lokale politici; (3) inwoners te stimuleren om te gaan stemmen voor de gemeenteraadsverkiezingen; en (4) om inwoners te werven voor de functie van raadslid. Ook hebben we onderzocht waarom sommige gemeenten geen activiteiten organiseren om burgers te betrekken bij de representatieve democratie.

### III. ONDERZOEKSMETHODE

#### ONDERZOEKSOPZET EN ONDERZOEKSGROEP

Om de onderzoeksvraag te beantwoorden is er een kwantitatief onderzoek uitgevoerd onder alle gemeenten in Nederland. Om een zo hoog mogelijk respons percentage te verkrijgen, is ervoor gekozen om de vragenlijst voor dit onderzoek op te nemen in de Monitor Participatie in de Lokale Democratie (voorheen Monitor Burgerparticipatie) 2015. Zo wilden we voorkomen dat gemeenten in dezelfde periode gevraagd zouden worden om aan twee onderzoeken mee te doen, wat negatieve gevolgen zou hebben voor de bereidheid om aan deze onderzoeken mee te doen.

De onderzoeksgroep bestond uit alle gemeenten in Nederland. Omdat uit eerdere onderzoeken (Bos, 2014; Habets, 2014) is gebleken dat griffiers vaak verantwoordelijk zijn voor het stimuleren van betrokkenheid van burgers bij de lokale politiek, is ervoor gekozen om de digitale enquête te sturen naar griffiers. In de

begeleidende e-mail werd opgemerkt dat ook andere medewerkers in de gemeente met kennis op het gebied van burger- en politieke participatie de vragenlijst konden invullen. Gemeenten kregen drie weken om de enquête in te vullen. Twee weken nadat de enquête was verstuurd ontvingen alle gemeenten die de enquête niet (volledig) hadden ingevuld een herinnering. De enquête werd ook bekend gemaakt via het nieuwsblad van de Vereniging van Griffiers.

Van de 390 gemeenten die werden aangeschreven hebben 116 gemeenten de enquête ingevuld. Dit is een respons percentage van 29,7%. Op basis van vergelijkingen met eerdere kwantitatieve onderzoeken van ProDemos onder alle gemeenten (32,0% in 2009, 30,9% in 2011 en 23,7% in 2013), kan gesteld worden dat dit een acceptabele respons is. In de meeste gemeenten is de enquête ingevuld door de (plaatsvervangende) griffier, maar in enkele gemeenten is deze ingevuld door een communicatieadviseur, beleidsmedewerker, juridisch medewerker of raadsadviseur.

Om te bepalen of de deelnemende gemeenten representatief waren voor alle gemeenten in Nederland, is gekeken naar twee criteria, namelijk de spreiding van gemeenten over de provincies en de spreiding van gemeenten naar inwoneraantal. De spreiding van de deelnemende gemeenten met betrekking tot deze twee criteria is vergeleken met de spreiding van alle gemeenten in Nederland. Er is een acceptabele spreiding van gemeenten over de provincies. Noord-Brabant is onder de deelnemende gemeenten ondervertegenwoordigd (-4,0%), net als Noord-Holland (-3,7%). Gemeenten uit Zuid-Holland zijn oververtegenwoordigd (+8%). Ook met betrekking tot de gemeentegrootte is er sprake van een acceptabele spreiding van de deelnemende gemeenten. Om de representativiteit hier te bepalen zijn gemeenten gecategoriseerd naar inwoneraantal in drie groepen:

1. Klein (0 – 19.000 inwoners)
2. Middelgroot (20.000 – 49.999 inwoners)
3. Groot (>50.000 inwoners)

In vergelijking met de spreiding van het totaal aantal gemeenten in Nederland naar gemeentegrootte, waren de kleine gemeenten licht ondervertegenwoordigd (-2,4%). Middelgrote gemeenten waren licht oververtegenwoordigd (+2,4%).

---

## VRAGENLIJST

De gehele enquête bestond uit 20 hoofdvragen, met 59 deelvragen. Hiervan hadden 26 deelvragen betrekking op dit onderzoek. De vragen gingen over activiteiten die gemeenten in de periode januari 2014 t/m december 2015 organiseerden om inwoners te informeren over de werking van de gemeentepolitiek, om inwoners kennis te laten maken met raadsleden, om inwoners te informeren over de mogelijkheden om te participeren in de politiek, om raadsleden te werven en om de opkomst bij de gemeenteraadsverkiezingen te bevorderen. De items binnen de vragen werden gebaseerd op uitkomsten van eerdere onderzoeken (Bos, 2014; Habets, 2014; Ostaaijen, 2014) en op een inventarisatie van praktijkvoorbeelden van gemeenten in de Databank Praktijkvoorbeelden van de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Te vinden via <https://praktijkvoorbeelden.vng.nl/>.

#### IV. HOE INFORMEREN GEMEENTEN INWONERS OVER DE WERKING VAN DE GEMEENTEPOLITIEK?

Het is om verschillende redenen belangrijk dat burgers beschikken over politieke kennis in een democratie. Het heeft in de eerste plaats een positief effect op de politieke participatie van burgers. Burgers met meer politieke kennis stemmen vaker dan burgers die weinig weten over de politiek (Delli Carpini & Keeter, 1996; Popkin & Dimock, 1999; Larcinese, 2007; Johann, 2012). Daarnaast laten verschillende studies zien dat een toename in politieke kennis er vaak toe leidt dat burgers stemmen op een andere partij dan ze voorheen zouden hebben gedaan (Bartels, 1996; Fowler en Margolis, 2014). Dit kan komen doordat burgers die over meer politieke kennis beschikken vaak ook beter in staat zijn hun eigen belangen als individu en als lid van een groep te begrijpen (Delli Carpini en Keeter, 1996). Verder stellen goed geïnformeerde burgers zich ook vaker verkiesbaar dan burgers die over minder politieke kennis beschikken (Ondercin en Jones-White, 2011; Johann, 2012). Politieke kennis beïnvloedt politieke participatie ook op een indirecte manier, door het interne politieke zelfvertrouwen (*internal political efficacy*) van burgers te vergroten. Dit houdt in dat ze meer overtuigd zijn van hun eigen capaciteit om goed te kunnen participeren in de politiek. Er bestaat een direct, positief verband tussen intern politiek zelfvertrouwen en de kans dat een burger zich verkiesbaar zal stellen (Fox & Lawless, 2005; Kahne & Westheimer, 2006). Daarnaast vergroot het ook de waarschijnlijkheid van deelname in andere politieke activiteiten (Kahne & Westheimer, 2006). Tot slot hebben geïnformeerde burgers meer vertrouwen in het politieke systeem en in politici (Galston, 2001), wat leidt tot een hogere opkomst bij verkiezingen in meerpartij-systemen (Bélanger & Nadeau, 2005) en een hogere mate van deelname in alle geïnstitutionaliseerde vormen van politieke participatie (Hooghe & Marien, 2012).

Het bevorderen van politieke kennis heeft daarnaast ook andere positieve effecten, die de relatie tussen burger en overheid kunnen verbeteren. Goed ingelichte burgers beoordelen het gedrag van politici in het algemeen met meer oog voor de context dan burgers die over weinig informatie beschikken. Ze begrijpen dat politici zich kunnen vergissen of dat iets door toeval kan mislopen. Minder goed ingelichte burgers zien daarentegen de fouten van politici als tekenen van een slecht karakter (Popkin & Dimock, 1999). Het bevorderen van politieke kennis blijkt ook een effectieve strategie om politiek cynisme te verminderen (Berman, 1997). Een politiek cynische burger heeft een negatieve houding jegens de politiek, gebaseerd op het geloof dat politieke actoren, instituten en systemen incompetent en immoreel zijn (Dekker & Meijerink, 2012). Een afname van politiek cynisme en een toename van politiek vertrouwen is belangrijk, omdat een hoge mate van politiek cynisme onder burgers leidt tot een klimaat waarin politici controversiële doch urgente vraagstukken ontwijken en enkel 'gemakkelijke' besluiten nemen (Hetherington, 1998; Chanley et al., 2000). Ook om deze redenen is het dus belangrijk dat de gemeente zich inzet om de kennis van inwoners te vergroten.

Gemeenten ondernemen verschillende activiteiten om dit doel te bereiken. Zo organiseren veel gemeenten een 'Gast van de Raad'-programma om burgers bekend te maken met de gemeentepolitiek. De opzet van deze programma's is vaak dat een klein aantal inwoners vlak voor de raadsvergadering wordt ontvangen door bijvoorbeeld de griffier, die dan een korte presentatie geeft over de gemeenteraad. Na afloop van de presentatie wonen de bewoners (een deel van) de raadsvergadering bij. Dit programma wordt vaak meerdere keren per jaar georganiseerd. Een aantal gemeenten organiseert een meerdaagse cursus om burgers te informeren over hoe de politiek werkt.

Deze activiteiten worden echter nog niet systematisch onderzocht of geregistreerd. Het is daarom niet duidelijk welke activiteiten gemeenten precies organiseren om burgers te informeren over de politiek. Ook is het niet bekend hoeveel gemeenten dergelijke activiteiten ondernemen. Daarnaast weten we niet hoe gemeenten burgers werven voor deze activiteiten, terwijl de keuze voor een wervingsmethode wel belangrijke gevolgen kan hebben voor het bereik en de effectiviteit van een activiteit. Tot slot is er ook weinig bekend over redenen om geen informerende activiteiten te organiseren. In ons onderzoek hebben we gemeenten daarom gevraagd

welke activiteiten ze organiseren om burgers te informeren over de politiek, hoe ze voor deze activiteiten inwoners hebben geworven en, indien gemeenten geen activiteiten hebben georganiseerd, waarom ze dit niet hebben gedaan.

## RESULTATEN

### SOORTEN INFORMERENDE ACTIVITEITEN

Een meerderheid van 61,2% van de gemeenten organiseerde ten minste één activiteit met het doel om burgers uit te leggen hoe de gemeentepolitiek werkt. 25,0% van de gemeenten zette hiervoor meerdere middelen in. De activiteit die het vaakst werd ingezet was een 'Gast van de Raad'-programma, gevolgd door het organiseren van één of meer informatiebijeenkomsten en het organiseren van een cursus over lokale politiek. Verder heeft een kleine groep gemeenten een publicatie over het onderwerp uitgebracht en verspreid onder bewoners. Interessant is dat gemeenten burgers niet alleen informeerden over hoe het gemeentebestuur werkt, maar dat ze inwoners ook wezen op de mogelijkheden om zelf in de politiek te participeren. Van de gemeenten die een informerende activiteit organiseerden, gebruikte maar liefst 78,9% de gelegenheid om burgers ook te informeren over participatiemogelijkheden. De verdeling van gemeenten over verschillende soorten informerende activiteiten is weergegeven in de onderstaande tabel.<sup>2</sup>

Activiteiten om inwoners te informeren over hoe de gemeentepolitiek werkt (in % van gemeenten)	
Organiseerde één of meer cursussen over de lokale politiek.	17,2
Organiseerde één of meer informatiebijeenkomsten over de lokale politiek.	25,0
Organiseerde een 'Gast van de Raad'-programma.	28,4
Heeft een publicatie uitgebracht en verspreid.	12,9
Organiseerde geen activiteiten met dit doel.	38,7

Gemeenten organiseerden ook activiteiten die niet waren opgenomen in de antwoordopties van de enquête. Zo organiseerden ze vaak projecten voor kinderen en jongeren, vaak met de gemeenteraad als thema. Ook gebruikten gemeenten de Dag van de Democratie om burgers te informeren over de werking van de gemeentepolitiek. Verder zetten gemeenten de gemeentelijke website en de gemeentepagina in huis-aan-huisbladen in voor dit doel.

### INFORMERENDE ACTIVITEITEN NAAR GEMEENTEGROOTTE

Wanneer we de resultaten naar gemeentegrootte indelen, zien we verschillen tussen kleine, middelgrote en grote gemeenten. Het belangrijkste verschil is dat kleinere gemeenten vaker *geen* activiteiten ondernemen om inwoners te informeren over de politiek. Maar liefst 54,3% van de kleine gemeenten zegt geen activiteiten met dit doel te organiseren, tegenover 40,7% van de middelgrote gemeenten en slechts 9,1% van de grote gemeenten. Dit kan komen doordat kleine gemeenten een minder grote behoefte hebben aan het informeren van burgers over de politiek. Griffiers in kleine en middelgrote gemeenten schrijven een paar keer dat inwoners het gemeentebestuur goed weten te vinden en dat de lijntjes tussen de gemeente en de inwoners kort zijn. Een cursus is in dergelijke gemeenten minder nodig dan in gemeenten waar er een grotere afstand is tussen burgers en bestuur. Verder lijkt in kleine gemeenten de rangschikking van activiteiten naar frequentie te

<sup>2</sup> Deelnemers konden hier meerdere antwoorden aankruisen, waardoor de percentages samen hoger zijn dan 100.

verschillen met de rangschikking in middelgrote en grote gemeenten. Terwijl in middelgrote en grote gemeenten het ‘Gast van de Raad’-programma het vaakst wordt ingezet (gevolgd door informatiebijeenkomsten, een cursus en een publicatie), geldt in kleine gemeenten dat informatiebijeenkomsten (gevolgd door een cursus, een ‘Gast van de Raad’-programma en een publicatie) het vaakst als middel worden gebruikt. Echter, de verschillen binnen de categorieën van gemeentegrootte zijn zo klein, dat hier geen stellige conclusies aan kunnen worden verbonden. Het verschil tussen het aantal kleine gemeenten dat een informatiebijeenkomst organiseert en het aantal kleine gemeenten dat een cursus organiseert, is bijvoorbeeld zo klein, dat het heel goed op toeval kan berusten. De verdeling van informerende activiteiten naar gemeentegrootte wordt hieronder weergegeven.<sup>3</sup>

<b>Activiteiten om inwoners te informeren over hoe de gemeentepolitiek werkt – naar gemeentegrootte (in % van gemeenten)</b>	<b>Klein</b>	<b>Middelgroot</b>	<b>Groot</b>
Organiseerde één of meer cursussen over de lokale politiek.	17,1	11,9	31,8
Organiseerde één of meer informatiebijeenkomsten over de lokale politiek.	20	23,7	36,4
Organiseerde een ‘Gast van de Raad’-programma.	14,3	28,8	50
Heeft een publicatie uitgebracht en verspreid.	5,7	10,2	31,8
Organiseerde geen activiteiten met dit doel.	54,3	40,7	9,1

## WERVING ONDER INWONERS

Gemeenten hebben op verschillende manieren inwoners geworven en aandacht gevraagd voor de informerende activiteiten die ze organiseerden. We maken daarbij een onderscheid tussen passieve wervingsmethoden, waar de informatie over de activiteiten niet verspreid wordt door de gemeente, maar wel beschikbaar wordt gesteld voor bewoners (zoals wanneer er informatie over een activiteit op de gemeentelijke website wordt gezet) en actieve methoden van werving, waarbij gemeenten inwoners actief proberen te bereiken, door de informatie over activiteiten onder de inwoners te verspreiden (door een aankondiging in een huis-aan-huisblad, in sociale media of via radio en/of televisie) of door deze informatie direct naar inwoners te sturen (ofwel door gerichte uitnodigingen te sturen naar inwoners(groepen) ofwel door willekeurige – doch persoonlijke – uitnodigingen te sturen aan inwoners).

Gemeenten die een cursus, informatiebijeenkomst en/of een ‘Gast van de Raad’-programma hebben ingezet in de afgelopen twee jaar, hebben allemaal veel gebruik gemaakt van zowel passieve als actieve wervingsmethoden. Vooral aankondigingen in een huis-aan-huisblad en op de gemeentelijke website worden veel gebruikt. Relatief weinig gemeenten sturen gerichte uitnodigingen voor hun activiteiten naar politiek en/of maatschappelijk betrokken inwoners(groepen). Dit is opmerkelijk, omdat inwoners die zich maatschappelijk inzetten mogelijk meer geïnteresseerd zijn in de gemeentepolitiek dan andere inwoners. Hoewel gemeenten dus bewoners actief proberen te informeren over de activiteiten, blijken ze zich hierbij niet specifiek te richten tot een groep inwoners. De wervingsmethoden zijn erg algemeen van aard. Verder valt op dat dat gemeenten weinig gebruik maken van de methode om persoonlijke uitnodigingen te sturen naar willekeurig geselecteerde inwoners. De activiteit waarbij het vaakst op deze manier wordt geworven is het ‘Gast van de Raad’-programma. Deze activiteit leent zich hier waarschijnlijk ook het beste voor, omdat het een laagdrempelige programma is dat bovendien meerdere keren per jaar wordt georganiseerd. Een cursus wordt daarentegen minder vaak georganiseerd en vergt meer tijd en energie van de deelnemers. Voor gemeenten is het daarom

<sup>3</sup> Deelnemers konden hier meerdere antwoorden aankruisen, waardoor de percentages samen hoger zijn dan 100.



belangrijk dat burgers komen die (zeer) geïnteresseerd zijn in de politiek en die gemotiveerd genoeg zijn om de cursus af te ronden. Willekeurig geselecteerde inwoners uitnodigen is waarschijnlijk niet de meest efficiënte manier om gemotiveerde deelnemers te werven. Dit geldt ook (doch in mindere mate) voor een informatiebijeenkomst. Voor een 'Gast van de Raad'-programma kan het juist veel voordelen opleveren om inwoners willekeurig uit te nodigen, omdat zo alle inwoners een kans krijgen om kennis te maken de lokale politiek. Tot slot wordt er weinig gebruik gemaakt van oproepen via lokale radio- en/of televisieomroepen. De redenen hiervoor zijn niet bekend. De resultaten met betrekking tot de wervingsmethoden worden in onderstaande tabel weergegeven.<sup>4</sup>

Wervingsmethode	% van cursussen	% van bijeenkomsten	% van 'Gast van de Raad'-programma's
Aankondiging in een huis-aan-huisblad.	90	89,7	84,8
Aankondiging op de website.	90	89,7	78,8
Gerichte uitnodigingen naar maatschappelijk en/of politiek betrokken inwoners(groepen).	30	58,6	33,3
Bekendmaking via sociale media.	75	62,1	51,5
Persoonlijke uitnodigingen naar willekeurig geselecteerde inwoners.	0	20,7	30,3
Oproep via lokale radio en/of televisie.	30	20,7	12,1

## GEEN INFORMERENDE ACTIVITEITEN

Tot slot heeft 38,7% van de gemeenten geen informerende activiteiten georganiseerd. Gemeenten gaven hiervoor verschillende redenen op. De vaakst genoemde redenen waren dat gemeenten verwachtten dat de interesse van inwoners voor de activiteiten gering zou zijn, en dat gemeenten te maken hadden met een gebrek aan capaciteit of tijd om activiteiten te organiseren. Ook gaven gemeenten vaak aan dat ze het nut van dergelijke activiteiten beperkt achten. Een andere reden was dat het informeren van burgers over de politiek niet wordt gezien als taak van de gemeente. Hierbij merkten sommige gemeenten op dat de raad had aangegeven het niet wenselijk te achten dat de gemeente informerende activiteiten organiseert, of dat politieke partijen hadden aangegeven dit liever zelf te doen. Een klein aantal gemeenten had niet voldoende budget om informerende activiteiten te organiseren. Daarnaast schreven sommige gemeenten dat ze dergelijke activiteiten dichter in aanloop naar de verkiezingen zouden organiseren. Dit betekent wellicht dat deze gemeenten het informeren van burgers niet zien als iets dat continu moet gebeuren, maar als iets dat vooral nodig is rond de verkiezingen. Het kan ook wijzen op een strategische inzet van schaarse middelen die beschikbaar zijn om burgers te betrekken bij de politiek. De percentages per opgegeven reden worden in de onderstaande tabel getoond.

### Redenen om geen informerende activiteiten te organiseren (in % van gemeenten)

Dat wordt niet gezien als de verantwoordelijkheid van de gemeente.	6,9
Er is geen of onvoldoende budget beschikbaar voor dergelijke activiteiten.	6,0
Het nut van dergelijke activiteiten wordt beperkt geacht.	6,9
Er is onvoldoende capaciteit en/of tijd beschikbaar binnen de griffie en/of andere onderdelen van de gemeentelijke organisatie.	9,5
De verwachte interesse van inwoners voor dergelijke activiteiten is te laag.	9,5

<sup>4</sup> Deelnemers konden hier meerdere antwoorden aankruisen, waardoor de percentages per kolom samen hoger zijn dan 100.

Gemeenten noemden ook redenen die niet waren opgenomen in de enquête. Eén gemeente schreef dat er geen algemene voorlichting werd gegeven over de politiek, maar dat de gemeente investeerde in het direct betrekken van inwoners bij concrete beleidsthema's. Tot slot schreven enkele gemeenten dat er geen specifieke reden was om geen activiteiten te ondernemen.

## V. HOE LATEN GEMEENTEN INWONERS KENNISMAKEN MET RAADSLEDEN?

Het is om verschillende redenen belangrijk dat burgers raadsleden kennen. Burgers die lokale politici kennen weten wie ze moeten aanspreken en hoe, als ze iets willen aankaarten bij de gemeenteraad. Fysieke kennismakingen tussen burgers en politici stellen burgers in de gelegenheid om politici vragen te stellen die anders onbeantwoord zouden blijven. Tijdens een dergelijke kennismaking kunnen burgers ook duidelijk maken aan raadsleden wat hun wensen of zorgen zijn in de gemeente. Kennismakingen zijn dus niet alleen van belang voor burgers; het levert ook waardevolle informatie op voor raadsleden. Een fysieke kennismaking is bovendien goed voor duurzame politieke betrokkenheid: iemand die al eens met een politicus gesproken heeft, vindt het waarschijnlijk makkelijker om later weer contact met die politicus op te nemen. Tot slot kan het ook voor de verhouding tussen burger en overheid goed zijn als burgers de menselijke kant van de politiek leren kennen.

Gemeenten kunnen op verschillende manieren inwoners kennis laten maken met raadsleden. Ze kunnen bijvoorbeeld speeddatesessies tussen inwoners en raadsleden organiseren, inwoners de gelegenheid geven raadsleden uit te nodigen op locatie, of werkbezoeken van de gemeenteraad aan burgerorganisaties organiseren. Deze activiteiten worden in verschillende gemeenten georganiseerd, maar het is niet duidelijk door hoeveel gemeenten. Ook is het niet duidelijk welke andere activiteiten gemeenten organiseren met dit doel. In ons onderzoek hebben we daarom gevraagd welke activiteiten gemeenten hebben ondernomen om inwoners kennis te laten maken met raadsleden.

## RESULTATEN

### SOORTEN KENNISMAKINGSACTIVITEITEN

Gemeenten lieten inwoners op verschillende manieren kennis maken met raadsleden. In totaal heeft 75,9% van de gemeenten één of meer kennismakingsactiviteiten aangeboden. De vaakst gebruikte methode was het afleggen van werkbezoeken aan lokale organisaties door de gemeenteraad. Raadsleden konden tijdens deze bezoeken bewoners ontmoeten en spreken. Een andere veel gebruikte manier was om portretten van raadsleden te publiceren in het huis-aan-huisblad en/of op de gemeentelijke website. Verder boden sommige gemeenten inwoners de mogelijkheid om raadsleden uit te nodigen op locatie. De minst gebruikte methode was het organiseren van speeddatesessies tussen raadsleden en inwoners. De resultaten met betrekking tot kennismakingsactiviteiten worden in onderstaande tabel weergegeven.<sup>5</sup>

#### Activiteiten om inwoners te laten kennismaken met raadsleden (in % van gemeenten)

De gemeente bood inwoners de mogelijkheid om raadsleden uit te nodigen op locatie.	22,4
De gemeente publiceerde portretten van of interviews met raadsleden op de gemeentelijke website.	29,3
De gemeente publiceerde portretten van of interviews met raadsleden in een huis-aan-huisblad.	33,6
De gemeenteraad ging op werkbezoek bij organisaties in de gemeente om bewoners te ontmoeten en te	56,9

<sup>5</sup> Deelnemers konden hier meerdere antwoorden aankruisen, waardoor de percentages samen hoger zijn dan 100.

---

spreken.

De gemeente organiseerde speeddatesessies tussen raadsleden en inwoners in het gemeentehuis.	14,7
De gemeente organiseerde geen activiteiten met dit doel.	24,1

---

Behalve de activiteiten die zijn opgenomen in de enquête, organiseerden gemeenten ook andere kennismakingsactiviteiten. In een aantal gemeenten werden bijeenkomsten georganiseerd voor nieuwe inwoners, waar ook raadsleden bij aanwezig waren. Andere gemeenten boden inwoners de gelegenheid om met de raad en het college kennis te maken tijdens de Dag van de Democratie. Weer andere gemeenten beschrijven bijeenkomsten van raadsleden en inwoners die over een specifiek thema of een specifieke wijk gaan. Deze activiteiten hebben niet kennismaking, maar het verzamelen van inbreng op specifieke thema's als primair doel.

## VI. HOE STIMULEREN GEMEENTEN INWONERS OM TE GAAN STEMMEN?

Het is voor gemeenten zeer zinvol om te stimuleren dat burgers gaan stemmen bij de gemeenteraadsverkiezingen. Stemmen is nog steeds één van de belangrijkste manieren om invloed uit te oefenen op het beleid van de gemeente. Door dit aan te moedigen zorgt de gemeente ervoor dat de visies en wensen van burgers zo goed mogelijk vertegenwoordigd zijn. Dit is het geval omdat niet-stemmers vaak een andere politieke visie hebben dan burgers die wel gaan stemmen. Onderzoek wijst uit dat in plaatsen en regio's met een lage opkomst, politici minder waarde hechten aan sociale voorzieningen dan in plaatsen met een hoger opkomstpercentage (Kloosterboer, 2006). Dit komt waarschijnlijk doordat juist de niet-stemmers (vaak afkomstig uit lage sociale klassen) het meest belang hebben bij goede sociale voorzieningen (ibid.). Veel van deze burgers stemmen alleen incidenteel niet, en zouden ertoe bewogen kunnen worden om wel te gaan stemmen (Krouwel, Kokx en Pol, 2009). Om deze burgers te stimuleren te gaan stemmen, moeten gemeenten bewezen effectieve instrumenten inzetten. Een aantal van de effectieve strategieën die de onderzoekers Krouwel, Kokx en Pol (2009) noemen kunnen alleen worden uitgevoerd door gemeenten en niet door politieke partijen. Het is daarom belangrijk dat gemeenten dit oppakken en samen met politieke partijen werken aan een hoge opkomst bij de verkiezingen.

Dit gebeurt ook al in hoge mate. Uit de Monitor Burgerparticipatie 2013 blijkt dat 82,5% van de gemeenten zich verantwoordelijk voelt voor de opkomst bij de gemeenteraadsverkiezingen en ook activiteiten onderneemt om de opkomst te verhogen (Bos, 2014). In het onderzoek van Habets (2014) zegt 70% van de ondervraagde griffiers activiteiten te ondernemen om de opkomst te bevorderen. Daarentegen zijn er ook een aantal gemeenten die geen activiteiten organiseren om de opkomst te bevorderen. In deze gevallen komt dat bijvoorbeeld doordat betrokkenen dit een taak vinden voor politieke partijen en niet de verantwoordelijkheid van de gemeenten (Bos, 2014; Habets, 2014). Het is echter niet bekend welke andere redenen gemeenten hebben om geen opkomstbevorderende activiteiten te verzorgen.

Hoewel er onderzoek is gedaan naar de activiteiten die gemeenten ondernemen en de manier waarop ze deze activiteiten bekostigen, is er weinig bekend over eventuele doelgroepenbenaderingen die gemeenten hanteren bij het bevorderen van de opkomst. Ook is niet onderzocht waar gemeenten hun keuze voor een bepaald instrument (zoals bijvoorbeeld een stemhulp) op baseren. Verder weten we niet welke rollen verschillende actoren in de gemeente spelen bij het organiseren van de opkomstbevorderende activiteiten. Tot slot is er weinig bekend over de redenen die gemeenten hebben om geen activiteiten te ondernemen. In ons onderzoek zijn we daarom op deze vragen ingegaan.

## RESULTATEN

### SOORTEN ACTIVITEITEN OM DE OPKOMST TE BEVORDEREN

Van de gemeenten die in 2014 gemeenteraadsverkiezingen hadden, organiseerde 93,7% activiteiten om de opkomst te bevorderen. De meest gebruikte methode om de opkomst te bevorderen was om ruimte te bieden aan politieke partijen in de huis-aan-huisbladen. Dit werd gevolgd door een communicatiecampagne om de gemeenteraadsverkiezingen onder de aandacht van de inwoners te brengen. Ook organiseerden gemeenten debatten tussen de deelnemende politieke partijen, boden ze politieke partijen ruimte op de gemeentelijke website, organiseerden ze politieke informatiemarkten en zetten ze mobiele stembureaus in. Het inzetten van een mobiel stembureau is een bijzondere methode in dit rijtje, omdat het niet een manier is om de verkiezingen onder de aandacht te brengen. In plaats daarvan biedt het bewoners de mogelijkheid om dichterbij huis te stemmen. Een klein aantal gemeenten organiseerde een verkiezingsfestival. De percentages per activiteit om de opkomst te bevorderen zijn in onderstaande tabel weergegeven.<sup>6</sup>

Activiteiten om de opkomst te bevorderen (in % van gemeenten)	
Organiseerde een politieke informatiemarkt.	30,2
Voerde een campagne om de gemeenteraadsverkiezingen onder de aandacht te brengen van inwoners.	49,1
Heeft een stemhulp ingezet om burgers te helpen bij hun stemkeuze.	20,7
Organiseerde debatten tussen de deelnemende partijen.	44,0
Bodde ruimte aan politieke partijen op de gemeentelijke website.	31,9
Bodde ruimte aan politieke partijen in de huis-aan-huisbladen.	53,4
Organiseerde een verkiezingsfestival.	8,6
Heeft één of meerdere mobiele stembureaus ingezet.	15,5
Organiseerde geen activiteiten met dit doel.	6,0
Er waren geen verkiezingen in de gemeente.	4,3

Verder organiseerden veel gemeenten activiteiten die niet in de enquête waren opgenomen. In een groot aantal gemeenten ontvingen nieuwe kiezers een uitnodiging om te gaan stemmen, vaak van de burgemeester. Eén gemeente stuurde daarnaast ook brieven naar inwoners in verzorgingsinstellingen. In een andere gemeente ontvingen alle inwoners bij hun stempas een begeleidende brief van de burgemeester. Verder hebben meerdere gemeenten een verkiezingskrant (in één geval zelfs een verkiezingsglossy) uitgebracht, waarin politieke partijen zich presenteerden. Eén gemeente heeft in aanloop naar de verkiezingen verschillende publicaties uitgebracht in de gemeentekrant, waaronder een column van de burgemeester, een vergelijking van verkiezingsprogramma's en artikelen over het nut van stemmen en de huidige zetelverdeling. Andere methoden waren het opzetten van een verkiezingswebsite en het organiseren van een jongerendebat met raadsleden. Het valt op dat in veel van deze activiteiten de burgemeester een belangrijke rol had.

### OPKOMSTBEVORDERING NAAR GEMEENTEGROOTTE

Wanneer we de resultaten naar gemeentegrootte indelen, vallen een aantal dingen op. Het bieden van ruimte aan politieke partijen in huis-aan-huisbladen is niet alleen in het algemeen, maar ook in de afzonderlijke

<sup>6</sup> Deelnemers konden hier meerdere antwoorden aankruisen, waardoor de percentages samen hoger zijn dan 100.

categorieën van gemeentegrootte het meest gebruikte middel. Verkiezingsfestivals zijn daarentegen het minst gebruikte middel in alle categorieën. De rangschikking van activiteiten naar frequentie lijkt voor elke categorie te verschillen, maar net als in het geval van de informerende activiteiten, kunnen hier geen conclusies aan worden verbonden. Dit komt doordat de verschillen in frequentie *binnen* elke categorie van gemeentegrootte te klein zijn. Wat wel relevant is, is het feit dat geen van de deelnemende kleine gemeenten een stemhulp lijkt te hebben ingezet. Dit is te meer opvallend, omdat uit onderzoek blijkt dat een stemhulp een effectief middel is om de opkomst te vergroten (Krouwel, Kokx en Pol, 2009). De reden dat gemeenten niet vaak een stemhulp afnemen kan zijn dat hun budget hiervoor niet toereikend is. Dit onderzoek kan daar echter geen uitspraken over doen. De verdeling van de resultaten naar gemeentegrootte is in de onderstaande tabel weergegeven.<sup>7</sup>

Activiteiten om de opkomst te bevorderen – naar gemeentegrootte (in % van gemeenten)	Klein	Middelgroot	Groot
Organiseerde een politieke informatiemarkt.	40	23,7	31,8
Voerde een campagne om de gemeenteraadsverkiezingen onder de aandacht te brengen van inwoners.	40	52,4	54,5
Heeft een stemhulp ingezet om burgers te helpen bij hun stemkeuze.	0	22,0	50
Organiseerde debatten tussen de deelnemende partijen.	48,6	39,0	50
Bood ruimte aan politieke partijen op de gemeentelijke website.	42,9	27,1	27,3
Bood ruimte aan politieke partijen in de huis-aan-huisbladen.	48,6	55,9	54,5
Organiseerde een verkiezingsfestival.	2,9	10,2	13,6
Heeft één of meerdere mobiele stembureaus ingezet.	5,7	13,6	36,3
Organiseerde geen activiteiten met dit doel.	8,6	6,8	0
Er waren geen verkiezingen in de gemeente.	0	3,4	13,6

## DOELGROEPENBENADERING

Van de gemeenten die de opkomst poogden te bevorderen, gebruikte slechts 26,9% een doelgroepenbenadering. Jongeren werden hier het vaakst als doelgroep genoemd, gevolgd door nieuwe kiezers. Verder noemde één gemeente vrouwen en één gemeente de inwoners van verzorgingsinstellingen als doelgroep. De reden dat zo weinig gemeenten een doelgroepenbenadering hebben gebruikt, kan komen doordat zo'n benadering politiek gevoelig ligt. Zo was er in Amsterdam discussie binnen de gemeenteraad over de vraag of de gemeente de opkomst moest pogen te bevorderen in speciale doelgroepen, zoals migranten en jongeren (Meershoek, 2014). De meerderheid van de raad vreesde dat dit in het voordeel zou werken van één van de politieke partijen, waarna is besloten om een algemene campagne te voeren voor alle inwoners (ibid.). Dezelfde redenen zouden ook in andere gemeenten een rol kunnen hebben gespeeld. Dit onderzoek kan daarover geen uitspraak doen.

## KEUZE VOOR METHODE

De keuzes van gemeenten voor een specifieke opkomstbevorderende activiteit waren op verschillende dingen gebaseerd. 40,4% van de gemeenten die activiteiten organiseerden om de opkomst te bevorderen, baseerde de keuze voor een activiteit op praktijkvoorbeelden van andere gemeenten. 18,3% baseerde deze keuze op een nieuw idee van de initiatiefnemers. Een kleiner aantal van 5,8% baseerde de keuze op wetenschappelijk onderzoek naar opkomstbevordering. Het minst vaak baseerden gemeenten zich op een enquête onder

<sup>7</sup> Deelnemers konden hier meerdere antwoorden aankruisen, waardoor de percentages samen hoger zijn dan 100.

inwoners; dit werd door 2,9% van de gemeenten gedaan. Gemeenten gaven ook andere redenen op, die niet in de enquête waren opgenomen. Zo schreven veel gemeenten dat ze elke vier jaar hetzelfde doen om de opkomst te bevorderen, en dat de activiteiten die ze hebben ondernomen in 2014 als standaard worden gezien. Andere gemeenten gaven expliciet aan dat ze hun keuze baseerden op positieve ervaringen uit het verleden. Het is opmerkelijk dat de keuze voor een activiteit vaak niet gebaseerd is op een wetenschappelijke onderbouwing. Dit kan betekenen dat gemeenten vaak niet weten of de methode die ze inzetten onderzocht is, en dus ook niet weten of de activiteit (in het geval dat deze is onderzocht) bewezen effectief of ineffectief is.

## ROLVERDELING

Met betrekking tot de rolverdeling in de gemeente bij opkomstbevordering, hebben we onderzocht welke partijen het initiatief nemen voor activiteiten en welke partijen verantwoordelijk zijn voor de uitvoering daarvan. In 40,4% van de gemeenten die een activiteit hebben ondernomen met dit doel, nam de griffie het initiatief om de activiteiten te organiseren. De griffie is daarmee het vaakst de initiatiefnemer. In 15,4% van de gemeenten had de burgemeester deze rol, in 10,6% de gemeenteraad en in 4,8% van de gemeenten het college van B en W. Politieke partijen namen met 3,8% het minst vaak het initiatief om opkomstbevorderende activiteiten te organiseren vanuit de gemeente. Andere gemeenten gaven aan dat er een gezamenlijk initiatief was. De griffie was in deze gevallen vrijwel altijd één van de betrokken partijen, vaak samen met de gemeenteraad en/of het college. De lokale media werden ook een aantal keer als initiatiefnemer genoemd.

In 72,1% van de gemeenten is de griffie verantwoordelijk voor de uitvoering van de opkomstbevorderende activiteiten. De afdeling Communicatie wordt in 55,8% van de gevallen genoemd, terwijl de afdeling Bestuurszaken slechts in 5,8% van de gemeenten verantwoordelijk was voor de uitvoering.<sup>8</sup> Andere uitvoerende partijen die werden genoemd waren het Klant Contact Centrum, concernondersteuning, de afdeling Burgerzaken, de burgemeester, politieke partijen (in samenwerking met de griffie) en in enkele gevallen een extern bureau. Hieruit blijkt dat de griffie een grote rol heeft bij het bevorderen van de opkomst.

## GEEN ACTIVITEITEN OM DE OPKOMST TE BEVORDEREN

De meeste gemeenten die geen activiteiten ondernamen om de verkiezingsopkomst te bevorderen, deden dit omdat politieke partijen hadden aangegeven dit zelf te willen doen. In een paar gemeenten werd het bevorderen van de opkomst niet gezien als een verantwoordelijkheid van de gemeente. Ook waren er gemeenten die verwachtten dat het effect van activiteiten vanuit de gemeente te klein zou zijn. Eén gemeente gaf aan dat er onvoldoende budget beschikbaar was, terwijl een andere gemeente wees op het gebrek aan capaciteit om activiteiten te organiseren. Geen van de gemeenten gaf een hoog opkomstpercentage als reden op. De verdeling over de verschillende redenen wordt in de onderstaande tabel getoond.

<b>Redenen om geen opkomstbevorderende activiteiten te organiseren (in % van gemeenten)</b>	
Dat wordt niet gezien als de verantwoordelijkheid van de gemeente.	1,7
Politieke partijen hebben aangegeven dit zelf te willen doen.	4,3
Er is geen of onvoldoende budget beschikbaar voor deze activiteiten.	0,9
De verwachting was dat het effect te klein zou zijn.	1,7
Er was onvoldoende capaciteit en/of tijd beschikbaar binnen de griffie of bredere gemeentelijke organisatie.	0,9
Het opkomstpercentage in de gemeente wordt al hoog genoeg geacht.	0

<sup>8</sup> Deelnemers konden hier meerdere antwoorden aankruisen, waardoor de percentages samen hoger zijn dan 100.

## VII. HOE WERVEN GEMEENTEN RAADSLEDEN?

Gemeenten kunnen een belangrijke rol spelen bij het enthousiasmeren van inwoners voor de functie van raadslid. Dat dit noodzakelijk is, blijkt uit de moeite die politieke partijen hebben met het vinden van geschikte kandidaten voor verkiesbare plaatsen. Dit leidt er in enkele gemeenten zelfs toe dat een partijafdeling besluit om in het geheel niet mee te doen aan de verkiezingen (Nieuwsuur, 2014). Behalve het algemene gebrek aan kandidaten, constateren sommige gemeenten ook een gebrek aan raadsleden uit bepaalde bevolkingsgroepen. In 2014 bestond een schamele 28,3% van de gekozen raadsleden uit vrouwen (Domingo, 2014). De gemiddelde leeftijd van raadsleden was 52,4 jaar in 2014 (Beens, De Jager-De Lange en Flos, 2014), wat waarschijnlijk betekent dat jongeren ondervertegenwoordigd zijn in de raad. Ook zijn de meeste raadsleden hoog opgeleid (Bovens, 2006). Gemeenten zouden zich kunnen inzetten om in het algemeen en eventueel onder ondervertegenwoordigde groepen inwoners te werven voor de functie van raadslid. Zij kunnen hiervoor partij-neutrale activiteiten organiseren die alle bewoners aanspreken. Politieke partijen zijn bij het werven van raadsleden daarentegen vaak beperkt tot hun eigen netwerk. Bovendien kan de gemeente laagdrempelige activiteiten aanbieden voor inwoners die nog niet actief bij de politiek betrokken zijn en voor wie de stap om lid te worden van een politieke partij nog te groot is.

Sommige gemeenten zijn zich hier al van bewust, en ontplooiën daarom activiteiten om raadsleden te werven. In 2014 voelde in 27,8% van de gemeenten het gemeentebestuur zich verantwoordelijk voor de werving van nieuwe raadsleden (Bos, 2014). Dit getal ligt dichtbij de bevindingen van Habets (2014), waaruit blijkt dat 32% van de respondenten activiteiten onderneemt om raadsleden te werven.

Wat nog niet is onderzocht, is of gemeenten die activiteiten met dit doel ondernemen, deze activiteiten zelf effectief vinden. Deze informatie zou waardevol kunnen zijn voor bijvoorbeeld griffiers die overwegen om activiteiten te ontplooiën om raadsleden te werven in hun gemeente. Ook is het niet duidelijk in welke periode van de raadstermijn activiteiten worden georganiseerd om raadsleden te werven. Het is interessant om te onderzoeken of gemeenten ook buiten verkiezingsperiodes raadsleden proberen te werven.

## RESULTATEN

### SOORTEN ACTIVITEITEN OM RAADSLEDEN TE WERVEN

Slechts 25,9% van de gemeenten ondernam activiteiten om inwoners te enthousiasmeren voor het raadslidmaatschap. Dit ligt dichtbij de bevindingen van Bos (2014) en Habets (2014) die beiden stellen dat rond de 30% van de gemeenten activiteiten onderneemt om raadsleden te werven. Deze overeenkomst is opmerkelijk, omdat de genoemde onderzoeken betrekking hadden op de periode voorafgaand aan de gemeenteraadsverkiezingen van 2014, terwijl dit onderzoek gaat over de periode ná de verkiezingen. De resultaten lijken erop te wijzen dat gemeenten die raadsleden pogen te werven, dit niet alleen rond verkiezingstijd doen. Bij telefonische navraag onder enkele gemeenten blijkt echter dat niet alle respondenten hebben begrepen dat de vraag over het werven van raadsleden betrekking had op de periode januari 2014 t/m december 2015. Hoewel deze periode in de vraag was aangegeven, hebben een aantal deelnemers van het onderzoek de vraag gelezen alsof deze betrekking had op de periode voorafgaand aan de verkiezingen van 2014. Hierom kunnen we niet met zekerheid vaststellen dat gemeenten daadwerkelijk raadsleden probeerden te werven gedurende de gehele raadsperiode.

De meest gebruikte methode om raadsleden te werven is het organiseren van een cursus over de lokale politiek, gevolgd door het organiseren van een informatiebijeenkomst, ontmoetingen tussen politieke partijen en inwoners en het voeren van een reclamecampagne. De verdeling van gemeenten over de verschillende activiteiten is weergegeven in onderstaande tabel.

### Activiteiten om raadsleden te werven (in % van gemeenten)

Burgers konden een cursus volgen over de lokale politiek om politiek actief te worden.	16,4
De gemeente organiseerde één of meer informatiebijeenkomsten over het raadswerk.	12,1
De gemeente voerde een reclamecampagne om de interesse voor het raadslidmaatschap aan te moedigen.	2,6
De gemeente organiseerde ontmoetingen tussen politieke partijen en geïnteresseerde inwoners (bijvoorbeeld via een informatiemarkt, speeddatesessies, etc.).	8,6
De gemeente organiseerde geen activiteiten met dit doel.	74,1

### WERVING VAN RAADSLEDEN NAAR GEMEENTEGROOTTE

Wanneer we de resultaten indelen naar gemeentegrootte, valt het op dat grote gemeenten het vaakst activiteiten organiseren om raadsleden te werven. Het organiseren van een cursus is zowel in het algemeen als per categorie van gemeentegrootte het vaakst gebruikte middel. Een reclamecampagne wordt door kleine, middelgrote en grote gemeenten het minst vaak gebruikt. De resultaten zijn weergegeven in de onderstaande tabel.

Activiteiten om raadsleden te werven – naar gemeentegrootte (in % van gemeenten)	Klein	Middelgroot	Groot
Organiseerde een cursus over de lokale politiek.	14,3	13,6	27,3
Organiseerde één of meer informatiebijeenkomsten over het raadswerk.	8,6	13,6	13,6
Voerde een reclamecampagne om de interesse voor het raadslidmaatschap aan te moedigen.	0	1,7	9,1
Organiseerde ontmoetingen tussen politieke partijen en geïnteresseerde inwoners (bijvoorbeeld via een informatiemarkt, speeddatesessies, etc.).	5,7	6,8	18,2
Organiseerde geen activiteiten met dit doel.	77,1	76,3	63,6

### DOELGROEPENBENADERING

Slechts 10% van de georganiseerde activiteiten was gericht op een specifieke doelgroep. De genoemde doelgroepen waren jongeren en in één geval vrouwen. Het is opvallend dat zo weinig doelgroepenbenaderingen zijn gebruikt, terwijl verschillende groepen in de samenleving ondervertegenwoordigd zijn in de gemeenteraad.

### EFFECTIVITEIT

Gevraagd of ze de ondernomen activiteiten effectief vonden, antwoordden de meeste deelnemers dat dit het geval was. Van alle activiteiten die zijn georganiseerd, vonden gemeenten 60,9% van de activiteiten effectief, tegenover 17,4% van de activiteiten die niet effectief bleken. Over de overige 21,7% van de activiteiten schreven respondenten dat het niet duidelijk was of de activiteiten effectief waren of niet. Dat moest nog blijken of kon niet worden gemeten. Dit is niet verwonderlijk, gezien het feit dat pas bij de komende raadsverkiezingen zal blijken of deelnemers van de activiteiten zich ook daadwerkelijk kandidaat zullen stellen. Echter, griffiers en andere betrokkenen kunnen al wel een oordeel vellen over of er voldoende belangstelling was voor een activiteit, of deelnemers tijdens de activiteit meer geïnteresseerd zijn geraakt in de lokale democratie en of deelnemers zich na afloop van de activiteit meer betrokken tonen bij de politiek (bijvoorbeeld door vaker raadsvergaderingen bij te wonen of door lid te worden van een politieke partij).



## ROLVERDELING

Met betrekking tot de rolverdeling in de gemeente bij het werven van raadsleden, hebben we onderzocht welke partijen het initiatief nemen voor de activiteiten en welke partijen verantwoordelijk zijn voor de uitvoering daarvan. In 40,0% van de gemeenten die activiteiten hebben ondernomen om raadsleden te werven, neemt de griffie hiertoe het initiatief. In 26,7% heeft de burgemeester die rol. De gemeenteraad is in slechts 3,3% van de gevallen de initiatiefnemer en hetzelfde percentage geldt voor het college van B en W. Een deel van de gemeenten schrijft dat er sprake was van een gezamenlijk initiatief van de griffier en de burgemeester. De griffie was ook het vaakst verantwoordelijk voor de uitvoering van de activiteiten. In 86,7% van de gemeenten die een activiteit hebben ondernomen om raadsleden te werven, werd deze activiteit uitgevoerd door de griffie. De afdeling Communicatie was in 13,3% van de gemeenten verantwoordelijk en de afdeling Bestuurszaken in 3,3% van de gemeenten.<sup>9</sup>

## GEEN ACTIVITEITEN OM RAADSLEDEN TE WERVEN

Tot slot hebben een aantal gemeenten geen activiteiten georganiseerd om raadsleden te werven. De belangrijkste reden hiervoor is dat het werven van raadsleden niet wordt gezien als de verantwoordelijkheid van de gemeente. Ook geldt in veel gemeenten dat politieke partijen hebben aangegeven dat ze zelf raadsleden willen werven. Een aantal gemeenten schrijft dat ze wel activiteiten zullen ondernemen om raadsleden te werven, maar dat deze activiteiten dichterbij de verkiezingen worden georganiseerd. Anderen geven aan dat er onvoldoende capaciteit is binnen de griffie en andere afdelingen van de gemeentelijke organisatie. Redenen die in minder gevallen een rol speelden waren dat de betrokkenen in de gemeente zich niet in het politieke speelveld wilden begeven, dat ze verwachtten dat er onvoldoende interesse zou zijn voor dergelijke activiteiten, dat ze vonden dat er al voldoende interesse was voor het raadslidmaatschap en/of dat ze verwachtten dat het effect van dergelijke activiteiten te klein zou zijn. De percentages van gemeenten per reden worden in de onderstaande tabel weergegeven.<sup>10</sup>

### Redenen om geen raadsleden te werven (in % van gemeenten)

Dat wordt niet gezien als de verantwoordelijkheid van de gemeente.	34,5
Politieke partijen hebben aangegeven dit zelf te willen doen.	32,8
Er is geen of onvoldoende budget beschikbaar voor deze activiteiten.	6,0
De verwachting was dat het effect te klein zou zijn.	4,3
Er is onvoldoende capaciteit en/of tijd beschikbaar binnen de griffie en/of andere afdelingen binnen de gemeentelijke organisatie.	11,2
De griffie en/of andere afdelingen binnen de gemeentelijke organisatie willen zich niet in het politieke speelveld begeven.	8,6
De (verwachte) interesse van inwoners voor dergelijke activiteiten is te laag.	5,2
Er is al voldoende interesse voor het raadslidmaatschap in de gemeente.	7,8
Activiteiten om raadsleden te werven waren in de afgelopen twee jaar nog niet aan de orde; de gemeente organiseert dergelijke activiteiten dichterbij de komende verkiezingen.	12,1

<sup>9</sup> Deelnemers konden hier meerdere antwoorden aankruisen, waardoor de percentages samen hoger zijn dan 100.

<sup>10</sup> Idem.

## VIII. CONCLUSIE

Uit het onderzoek blijkt dat gemeenten verschillende activiteiten ondernemen om inwoners te betrekken bij de representatieve democratie. Gemeenten zijn vooral actief op het gebied van opkomstbevordering. Ze organiseren ook veel kennismakingsactiviteiten tussen inwoners en raadsleden. Gemeenten zijn minder actief met betrekking tot het informeren van inwoners over de werking van de gemeentepolitiek, en alleen een klein deel onderneemt activiteiten om raadsleden te werven.

De belangrijkste bevindingen per thema worden hieronder samengevat.

### INWONERS INFORMEREN OVER DE WERKING VAN DE GEMEENTEPOLITIEK

61,3% van de gemeenten ondernam ten minste één activiteit met het doel om inwoners te informeren over hoe de gemeentepolitiek werkt. Het middel dat hiervoor het vaakst werd gebruikt was een 'Gast van de Raad'-programma; dit werd door 25% van de gemeenten die deelnamen aan het onderzoek ingezet. Verder organiseerden gemeenten informatiebijeenkomsten en cursussen over de lokale politiek en brachten ze publicaties uit over dit onderwerp. Voor de cursussen, informatiebijeenkomsten en 'Gast van de Raad'-programma's werden actief deelnemers geworven onder alle inwoners van de gemeente. In 78,9% van de gemeenten die een informerende activiteit organiseerde, werd de activiteit ook gebruikt om inwoners uit te leggen hoe ze zelf kunnen participeren in de gemeentepolitiek.

De gemeenten die geen informerende activiteiten ondernamen, gaven als reden op dat zij verwachtten dat de interesse van inwoners voor de activiteiten te laag zou zijn en/of dat er onvoldoende capaciteit beschikbaar was binnen de gemeente om de activiteiten te organiseren. Andere redenen waren dat gemeenten het nut van informerende activiteiten beperkt achtten, dat het niet werd gezien als de verantwoordelijkheid van de gemeente of dat er onvoldoende budget beschikbaar was. Een klein aantal gemeenten gaf aan geen specifieke reden te hebben om geen informerende activiteiten te organiseren.

### INWONERS LATEN KENNISMAKEN MET LOKALE POLITICI

75,9% van de gemeenten ondernam ten minste één activiteit met het doel om inwoners te laten kennismaken met lokale politici. De kennismakingsactiviteit die het vaakst werd genoemd was een werkbezoek van de gemeenteraad aan organisaties in de gemeente. In 56,9% van de gemeenten worden deze werkbezoeken georganiseerd. Verder publiceerden gemeenten portretten van en interviews met raadsleden in huis-aan-huisbladen en op de gemeentelijke website, boden ze inwoners de mogelijkheid om raadsleden uit te nodigen op locatie en organiseerden ze speeddatesessies tussen raadsleden en inwoners in het gemeentehuis.

### INWONERS STIMULEREN OM TE STEMMEN

Van de gemeenten die in 2014 gemeenteraadsverkiezingen hadden, organiseerde 93,7% activiteiten om de opkomst te bevorderen. Het middel dat hiervoor het vaakste werd ingezet was het bieden van ruimte aan politieke partijen in huis-aan-huisbladen. Dit werd door 53,4% van de gemeenten gedaan. Verder voerden gemeenten campagnes om de verkiezingen onder de aandacht te brengen van inwoners, organiseerden ze debatten tussen politieke partijen, boden ze ruimte aan politieke partijen op de gemeentelijke website, organiseerden ze informatiemarkten, gebruikten ze een digitale stemhulp, zetten ze mobiele stembureaus op, organiseerden ze verkiezingsfestivals en stuurden ze brieven naar nieuwe kiezers. Van de kleine gemeenten die aan het onderzoek deelnamen, zette geen enkele een stemhulp in.

Van de gemeenten die de opkomst probeerden te bevorderen, gebruikte slechts 26,9% een doelgroepenbenadering. De doelgroep bestond in bijna alle gevallen uit jongeren en nieuwe kiezers. De keuze voor een specifiek middel om de opkomst te bevorderen wordt meestal gebaseerd op de praktijkervaringen van andere gemeenten. Ook wordt deze keuze vaak gebaseerd op de traditie van de gemeente of op een nieuw idee van de initiatiefnemer. Slechts een zeer klein aantal gemeenten baseert de keuze op wetenschappelijk onderzoek. In de meeste gemeenten neemt de griffie het initiatief voor de activiteiten en voert de griffie deze activiteiten ook uit. De burgemeester is daarnaast ook vaak initiatiefnemer.

De gemeenten die geen activiteiten ondernamen om de opkomst te bevorderen, gaven daarvoor meestal als reden op dat politieke partijen hadden aangegeven dit zelf te willen doen.

---

## RAADSLEDEN WERVEN

25,9% van de gemeenten organiseerde activiteiten met het doel om raadsleden te werven. Het middel dat hiervoor het vaakst werd gebruikt, was een cursus over lokale politiek voor inwoners. In 16,4% van de gemeenten konden inwoners een dergelijke cursus volgen. Verder organiseerden gemeenten informatiebijeenkomsten en ontmoetingen tussen politieke partijen en inwoners, en voerden ze in enkele gevallen een reclamecampagne om inwoners te enthousiasmeren voor het raadslidmaatschap. Het is niet duidelijk of deze activiteiten werden georganiseerd in de periode waar het onderzoek betrekking op had (januari 2014 t/m december 2015), of in de periode voorafgaand aan de gemeenteraadsverkiezingen van 2014. Hoewel de eerste periode in de vragen werd genoemd, blijkt bij navraag dat sommige gemeenten dit over het hoofd hebben gezien.

Slechts 10% van de gemeenten die een activiteit organiseerden om raadsleden te werven, gebruikte hierbij een doelgroepenbenadering. De doelgroep bestond voornamelijk uit jongeren. Van alle activiteiten die zijn georganiseerd om raadsleden te werven, beoordeelden gemeenten 60,9% van de activiteiten als effectief, tegenover 17,4% van de activiteiten die niet effectief bleken. Van de overige 21,7% kon (nog) niet worden gezegd of ze effectief waren of niet. De griffie is in bijna alle gevallen verantwoordelijk voor de uitvoering van de activiteiten. Meestal is het ook de griffie die het initiatief neemt voor activiteiten, gevolgd door de burgemeester.

Gemeenten die geen activiteiten organiseerden met dit doel, gaven daarvoor meestal als reden op dat dit niet werd gezien als de verantwoordelijkheid van de gemeente. Andere redenen waren dat politieke partijen aangaven dit zelf te willen doen, dat er onvoldoende capaciteit of tijd beschikbaar was binnen de gemeente of dat de griffie en/of andere afdelingen binnen de gemeentelijke organisatie zich niet in het politieke speelveld wilden begeven. Sommige gemeenten gaven aan dergelijke activiteiten dichter in aanloop naar de verkiezingen te willen organiseren.

## IX. AANBEVELINGEN

Hoe kun je als griffier het beste inwoners betrekken bij de lokale politiek? De resultaten van de enquête geven inzicht in wat gemeenten in Nederland in de afgelopen twee jaar hebben gedaan, maar bieden geen specifieke adviezen over hoe je bijvoorbeeld inwoners enthousiasmeert over het raadslidmaatschap, of waar je aan moet denken als je inwoners wilt uitleggen hoe de gemeentepolitiek werkt. Om hierachter te komen, hebben we acht telefonische vraaggesprekken gevoerd met griffiers en communicatiemedewerkers die aan het onderzoek hebben meegedaan. Zij hebben hun ervaringen gedeeld en hebben ook tips meegegeven die gebruikt kunnen worden in andere gemeenten. Op basis van deze ervaringen, hebben we de onderstaande aanbevelingen opgesteld. De aanbevelingen gaan over hoe de gemeente inwoners kan informeren en over hoe de gemeente raadsleden kan werven, omdat dit allebei nog niet vaak gebeurt. De aanbevelingen zijn voornamelijk bedoeld voor griffiers, maar andere betrokkenen kunnen er zeker ook hun voordeel mee doen!

## BURGERS INFORMEREN

### ORGANISEER EEN INFORMERENDE ACTIVITEIT!

In bijna alle gemeenten die we gesproken hebben is er veel belangstelling van bewoners voor cursussen, 'Gast van de Raad'-programma's en informatiebijeenkomsten. Ook bij de cursussen 'Politiek Actief' die ProDemos in het land organiseert, merken we vaak dat er meer dan voldoende interesse is voor de activiteiten. Inwoners willen graag weten wat er gebeurt in de gemeente en hoe zij daar invloed op kunnen uitoefenen. De eerste aanbeveling is daarom ook: organiseer een activiteit voor inwoners!

### ZORG VOOR EEN ZICHTBARE ROL VOOR DE BURGEMEESTER

Bij een activiteit zoals een cursus, informatiebijeenkomst of 'Gast van de Raad'-programma is het leuk voor bewoners als de burgemeester hier ook een rol in heeft. Zo kunnen ze hun eigen burgemeester ontmoeten en persoonlijk spreken.

In Venlo hebben ze gemerkt dat bewoners het heel leuk vonden dat de cursus over lokale politiek voor een deel door de burgemeester werd gegeven. De burgemeester gaf niet alle onderdelen, maar hij was er wel elke dag bij en hij gaf de belangrijkste masterclass. De gemeente Groningen merkt op dat het ook een goed idee is als de burgemeester af en toe komt kijken bij de 'Gast van de Raad'. Het maakt het voor inwoners extra aantrekkelijk om hieraan mee te doen. Ook in de gemeente Veghel hebben ze hier positieve ervaringen mee.

### BESTEED VEEL AANDACHT AAN DE WERVING VOOR CURSUSSEN

Een goede manier om inwoners te informeren over de politiek is door een cursus te organiseren. Besteed in dat geval wel veel aandacht aan de werving van inwoners. Het is zonde als de gemeente een cursus organiseert en er niet veel inwoners op af komen.

In Veghel merkten ze dat het niet moeilijk was om een cursus te verzorgen over de politiek. Ze organiseerden deze samen met de gemeenten Schijndel en Sint-Oedenrode, waarmee ze in 2017 zullen fuseren tot de nieuwe gemeente Meijerijstad. Ze hadden iemand die veel wist over lokaal bestuur, een aansprekende locatie en een paar lokale casussen. Lastiger was de werving van geïnteresseerde inwoners. Ze bevelen daarom aan om hier veel tijd in te steken en om effectieve wervingsacties te gebruiken. Politieke partijen kunnen hier ook aan bijdragen, door hun leden aan te moedigen de cursus te volgen. Wat ook helpt is om inwoners persoonlijk te benaderen en ze te wijzen op de activiteit.

### HOUD HET 'GAST VAN DE RAAD'-PROGRAMMA LAAGDREMPELIG

Een 'Gast van de Raad'-programma kun je op verschillende manieren inrichten. Om verschillende inwoners te bereiken, is het goed om een laagdrempelig programma te organiseren.

In Noordoostpolder bevelen ze aan de sfeer luchtig te houden. Deelnemers krijgen hier aan het begin van de avond een inleiding over de gemeentepolitiek van de griffier en twee raadsleden. Hierbij worden geen specifieke en ingewikkelde zaken besproken. Ook is er iets te eten, wat zorgt voor een gemoedelijke sfeer. De opzet tijdens de inleiding is niet schools, maar lijkt op een gesprek. Er ontstaan daarnaast ook gesprekken tussen de deelnemers zelf. Na de inleiding wonen inwoners (een deel van) de raadsvergadering bij.

In Groningen merken ze dat het bijwonen van een gehele raadsvergadering te veel is voor een aantal deelnemers. Ze krijgen ook daar eerst een inleiding, wonen dan een deel van de vergadering bij en eten

vervolgens tijdens de pauze samen met raadsleden. Hierna gaan veel deelnemers naar huis. In Groningen bevelen ze daarom ook aan om het programma zo in te richten, dat er een natuurlijke pauze is, zodat mensen weg kunnen als ze dat willen.

---

## FACILITEER INTERACTIE TUSSEN RAADSLEDEN EN INWONERS

Verschillende griffiers bevelen aan om zowel bij een cursus als bij 'Gast van de Raad' raadsleden te betrekken. Het is voor deelnemers goed om raadsleden te ontmoeten en te zien door wie ze worden vertegenwoordigd. Voor raadsleden zelf is het ook belangrijk dat ze inwoners ontmoeten en spreken.

In Groningen en Noordoostpolder hebben raadsleden daarom een rol bij de inleiding van het 'Gast van de Raad'-programma. Verder krijgen de deelnemers in Groningen, zoals gezegd, ook de gelegenheid om met raadsleden te eten. In Noordoostpolder krijgen deelnemers een badge op, wat ze herkenbaar maakt voor de raadsleden. Die kunnen dan tijdens schorsingen even een gesprek met de deelnemers aanknopen. In Venlo konden deelnemers van een cursus over lokale politiek speeddaten met raadsleden. Ook bij de cursus 'Politiek Actief' van ProDemos is dit een vast onderdeel.

---

## HOUD DE DOELGROEP IN DE GATEN BIJ HET 'GAST VAN DE RAAD'-PROGRAMMA

Een 'Gast van de Raad'-programma moet voor alle inwoners van de gemeente toegankelijk zijn. Toch kun je ook hier denken aan specifieke doelgroepen. In Noordoostpolder kijken ze daarvoor naar het onderwerp van de gemeenteraadsvergadering. Als de vergadering bijvoorbeeld gaat over cultuur, sturen ze een uitnodiging naar het theater en andere culturele instellingen. Die zijn waarschijnlijk zeer geïnteresseerd in het onderwerp. De inleiding over politiek passen ze daarbij aan aan de groep. Het is daarbij belangrijk om na te denken over de vraag: waarom doet deze groep deelnemers mee? Vertegenwoordigers van wijkraden zullen bijvoorbeeld niet veel hebben aan een algemene inleiding over de taken van de gemeenteraad en het college. Voor hen is het interessant om te horen hoe zij zelf invloed kunnen uitoefenen. Voor een lokale hobbyclub kan een veel algemenere inleiding juist wel nuttig zijn.

## RAADSLEDEN WERVEN

---

### ZORG VOOR POLITIEK BESTUURLIJK DRAAGVLAK

In veel gemeenten wordt het werven van raadsleden uitsluitend gezien als een taak voor politieke partijen. Dit is jammer, want de gemeente kan hier zeker ook een belangrijke rol bij spelen. Hoe zorg je ervoor dat er draagvlak is voor het organiseren van activiteiten om raadsleden te werven?

Meerdere griffiers geven aan dat een gezamenlijk initiatief van de burgemeester en de griffier politiek bestuurlijk draagvlak kan creëren in de gemeente. Wat ook belangrijk is, is dat de activiteiten worden vormgegeven en georganiseerd in samenspraak met politieke partijen. Dan ondervind je als griffier ook geen weerstand.

In Delft bevelen ze aan om in de boodschap aan politieke partijen een duidelijk onderscheid te maken tussen 'binden' en 'vinden.' De griffie kan inwoners vinden die meer willen weten over het raadswerk en over de mogelijkheid om zich kandidaat te stellen. Het is vervolgens aan politieke partijen om deze inwoners aan zich te binden. De griffie selecteert dus geen kandidaat-raadsleden, maar verkleint de afstand tussen politieke partijen en inwoners, waardoor er wel meer kandidaten kunnen worden gevonden.

---

## WERK SAMEN MET POLITIEKE PARTIJEN

Om het draagvlak voor activiteiten te bewaren en op een effectieve manier raadsleden te werven, is het belangrijk dat de gemeente samenwerkt met politieke partijen.

In Voorst hebben ze hier positieve ervaringen mee. Daar praten de burgemeester en de griffier regelmatig met politieke partijen over hoe de gemeente ze kan helpen bij het vinden van kandidaten van voldoende kwaliteit. Wat hierbij helpt is om partijen bewust te maken van de gezamenlijke belangen die ze hebben. Natuurlijk zal een partij uiteindelijk zelf kandidaten screenen en opleiden binnen de partijpolitieke cultuur, maar er zijn ook een aantal zaken die politieke partijen samen en op dezelfde manier kunnen regelen. Hier kan de gemeente bij helpen. Het gaat dan om vragen als: Waar vinden we kandidaten? Hoe vertellen we kandidaten hoe de gemeente werkt? Hoe beschrijf je verwachtingen en hoe herken je talenten? Dat zijn geen politiek gekleurde vragen. Politieke partijen zullen op deze onderwerpen goed kunnen samenwerken met de griffie.

---

## WEES OP TIJD

In een aantal gemeenten wordt er vooral aandacht besteed aan het werven van raadsleden rond verkiezingstijd. Dit kan echter al te laat zijn voor politieke partijen. Inwoners die geïnteresseerd zijn in het raadslidmaatschap hebben zelf bovendien ook tijd nodig om zich kandidaat te stellen.

De gemeente Westvoorne beveelt daarom aan om op tijd een cursus of een andere activiteit te organiseren om raadsleden te werven. Deelnemers hebben zo nog genoeg tijd om lid te worden van een politieke partij (als ze dat nog niet waren), om een beslissing te nemen over of ze politiek actief willen worden of niet, en om zich kandidaat te stellen. In Westvoorne organiseren ze daarom dit jaar (2016) al een cursus voor de verkiezingen in 2018.

---

## HOUD DE POLITIEK LEUK

Voor zittende raadsleden en voor geïnteresseerde inwoners is het belangrijk dat meedoen in de politiek aantrekkelijk blijft. Zo zorg je voor een grote instroom en een beperkte uitstroom van raadsleden. In Voorst evalueren de fractievoorzitters met de voorzitter van de raad en de griffier daarom elke raadsbijeenkomst, om het werk voor raadsleden 'goed, leuk en behapbaar' te houden. Op basis van die evaluaties worden volgende bijeenkomsten gepland en waar nodig beter gestructureerd.

---

## INFORMEER INWONERS GOED OVER HET RAADSWERK

Bij een cursus of informatiebijeenkomst is het goed om niet alleen uit te leggen hoe de politiek werkt, maar ook duidelijk te maken wat het raadswerk inhoudt. Dat kan op verschillende manieren.

In Delft bevelen ze aan om zittende raadsleden (bijvoorbeeld tijdens een cursus) te laten vertellen over hun eigen ervaringen. Ze kunnen vertellen over hun drijfveren, hun twijfels en over het moment waarop ze besloten dat ze raadslid wilden worden. Dergelijke verhalen maken het raadswerk persoonlijk en herkenbaar.

Verder is het belangrijk om eerlijk te zijn over de tijdsbesteding die in het raadswerk gaat zitten. Zo geeft een griffier aan dat sommige nieuwe leden van de gemeenteraad dachten dat ze het raadswerk konden combineren met hun drukke baan. Dat viel tegen. Dergelijke verkeerde verwachtingen kunnen ervoor zorgen dat mensen weer stoppen met het raadswerk. Daarmee gaat ook hun ervaring verloren, wat de kwaliteit van de gemeenteraad niet ten goede komt. Het is daarom van belang dat inwoners van tevoren weten wat het raadslidmaatschap inhoudt.

## BRONVERMELDING

- Bartels, L.M. (1996). Uninformed voters: Information effects in presidential elections. *American Journal of Political Science*, 40(1), 194-230.
- Beens, M., Jager-De Lange, A. de & Flos, B. (2014). Nationaal Raadsledenonderzoek 2014: Trendonderzoek naar de tijdsbesteding en werkzaamheden van raadsleden. Nijmegen: Daadkracht.
- Bélanger, E., & Nadeau, R. (2005). Political trust and the vote in multiparty elections: The Canadian case. *European Journal of Political Research*, 44, 121-146.
- Berman, E.M. (1997). Dealing with cynical citizens. *Public Administration Review*, 57(2), 105-112.
- Boogers, M. & Salome, L. (2014). Gemeenteraadsverkiezingen 2014: Wie stemt, wat en waarom? Amersfoort: BMC.
- Bos, D. (2014). Monitor Burgerparticipatie 2013: Een inventarisatie van gemeentelijk beleid en activiteiten op het gebied van burgerparticipatie. Den Haag: ProDemos – Huis voor democratie en rechtsstaat.
- Bovens, M.A.P. (2006). De Diplomademocratie: Over de spanning tussen meritocratie en democratie. *Beleid en Maatschappij*, 33(4), 205-218.
- Castenmiller, P. & Dam, M. van (2010). Opinions over lokaal bestuur. Stichting Decentraalbestuur.nl.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2015). Demografische kerncijfers per gemeente 2015. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek.  
[www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/bevolking/links/demografische-kerncijfers-per-gemeente-2015.htm](http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/bevolking/links/demografische-kerncijfers-per-gemeente-2015.htm)
- Chanley, V.A., Rudolph, T.J., & Rahn, W.M. (2000). The origins and consequences of public trust in government. A time series analysis. *Public Opinion Quarterly*, 64, 239-256.
- Galston, W.A. (2001). Political knowledge, political engagement, and civic education. *Annual Review of Political Science*, 4, 217-234.
- Dekker, H. & Meijerink, F. (2012). Political cynicism: Conceptualization, operationalization, and explanation. *Politics, Culture and Socialisation*, 3(1), 33-47.
- Delli Carpini, M.X. & Keeter, S. (1996). *What Americans know about politics and why it matters*. New Haven: Yale University Press.
- Domingo, A. (2014). Onderzoeksrapport: Vrouwen in de gemeenteraden. Den Haag: ProDemos – Huis voor democratie en rechtsstaat.
- Fowler, A., & Margolis, M. (2014). The political consequences of uninformed voters. *Electoral Studies*, 34, 100-110.
- Fox, R. & Lawless, J.L. (2005). To run or not to run for office: explaining nascent political ambition. *American Journal of Political Science*, 49(3), 642-659.

- Habets, P. (2014). Griffier en gemeenteraadsverkiezingen 2014. Utrecht: Petra Habets Advies & Ontwikkeling BV.
- Hetherington, M.J. (1998). The political relevance of political trust. *American Political Science Review*, 92(4), 791-808.
- Hooghe, M., & Marien, S. (2012). A comparative analysis of the relation between political trust and forms of political participation in Europe. *European Societies*, 15(1), 131-152.
- Johann, D. (2012). Specific political knowledge and citizens' participation: Evidence from Germany. *Acta Politica*, 47, 42-66.
- Kahne, J., & Westheimer, J. (2006). The limits of political efficacy: Educating citizens for a democratic society. *Political Science and Politics*, 39(2), 289-296.
- Kiesraad (2014). Databank verkiezingsuitslagen. <http://www.verkiezingsuitslagen.nl/>
- Kloosterboer (2006). Mobiliseren van kiezers loont. *Socialisme & Democratie*, 4, 9-14.
- Krouwel, A., Kokx, W. & Pol, M. (2009). Almere onderzoek opkomstbevordering: Eindrapport. Amsterdam: Centrum voor Toegepaste Politieke Wetenschappen.
- Larcinese, V. (2007). Does political knowledge increase turnout? Evidence from the 1997 British election. *Public Choice*, 131, 387-411.
- Meershoek, P. (2014). Naar de stembus voor gratis massage. *Parool*. 19-02-2014  
<http://www.parool.nl/amsterdam/naar-de-stembus-voor-gratis-massage~a3599898/>
- Nieuwsuur (2014). Werven raadsleden steeds lastiger. 05-01-2014  
<http://nos.nl/artikel/593887-werven-raadsleden-steeds-lastiger.html>
- Ondercin, H.L., & Jones-White, D. (2011). Gender jeopardy: What is the impact of gender differences in political knowledge on political participation? *Social Science Quarterly*, 92(3), 675-694.
- Ostaaijen, J.J.C. (2014). Bevlogen en begrensd: Een onderzoek naar de gemeenteraadsverkiezingen van 2014. Tilburg: Tilburgse School voor Politiek en Bestuur.
- Popkin, S.L., & Dimock, M.A. (1999). Political knowledge and citizen competence. In S.K. Elkin & K.E. Soltan (Eds.), *Citizen Competence and Democratic Institutions* (117-146). University Park: Pennsylvania State University Press.
- ProDemos (2015). Projectplan Politiek Actief. Den Haag: ProDemos – Huis voor democratie en rechtsstaat.
- ProDemos (2016). Deelnemersevaluatie Politiek Bewust & Politiek Actief. Den Haag: ProDemos – Huis voor democratie en rechtsstaat.
- Voerman, G. & Boogers, M. (2014). Rekrutering van kandidaten voor de gemeenteraadsverkiezingen in 2006, 2010 en 2014: Kandidaatstellingsproblemen vergeleken en verklaard. Groningen/Enschede: Documentatiecentrum Nederlandse Politieke Partijen.



## COLOFON

Auteur: Yara Al Salman

Projectleider: Huri Sahin

ProDemos - Huis voor democratie en rechtsstaat

Hofweg 1-H

2511 AA Den Haag

070 7570 200

[info@prodemos.nl](mailto:info@prodemos.nl)

[www.prodemos.nl](http://www.prodemos.nl)

### ALGEMEEN<sup>11</sup>

1. Wat is de naam van uw gemeente?
2. Wat is uw naam?
3. Wat is uw functie binnen de gemeente?
4. Wat is uw e-mailadres?

### INFORMERENDE ACTIVITEITEN

5. Heeft de gemeente in de afgelopen twee jaar (januari 2014 t/m december 2015) activiteiten georganiseerd met het doel burgers te informeren over hoe de gemeentepolitiek werkt? (Meerdere antwoorden mogelijk.)
  - De gemeente organiseerde één of meer cursussen over de lokale politiek.
  - De gemeente organiseerde één of meer informatiebijeenkomsten over de lokale politiek.
  - De gemeente organiseerde een 'Gast van de Raad'-programma.
  - De gemeente heeft een publicatie uitgebracht en verspreid.
  - De gemeente organiseerde geen activiteiten met dit doel.
  - Anders, nl.
6. Gebruikte de gemeente deze informerende activiteit(en) ook om inwoners te informeren over hoe ze zelf kunnen participeren in de gemeentepolitiek?
  - Ja.
  - Nee.
7. Hoe wierf de gemeente inwoners voor de cursus(sen) over lokale politiek? (Meerdere antwoorden mogelijk.)
  - De cursus werd aangekondigd in een huis-aan-huisblad.
  - De gemeente plaatste een aankondiging op haar website.
  - Er werden gerichte uitnodigingen gestuurd naar politiek en/of maatschappelijk betrokken inwoners(groepen).
  - De cursus werd bekend gemaakt via sociale media.
  - De gemeente stuurde persoonlijke uitnodigingen naar willekeurig geselecteerde inwoners.
  - De gemeente deed een oproep via lokale radio en/of televisie.
  - Anders, nl.
8. Hoe wierf de gemeente inwoners voor de informatiebijeenkomst? (Meerdere antwoorden mogelijk.)
  - De informatiebijeenkomst werd aangekondigd in een huis-aan-huisblad.
  - De gemeente plaatste een aankondiging op haar website.
  - Er werden gerichte uitnodigingen gestuurd naar politiek en/of maatschappelijk betrokken inwoners(groepen).

---

<sup>11</sup> De nummering van de vragen komt niet overeen met de nummering in de enquête.

- De informatiebijeenkomst werd bekend gemaakt via sociale media.
  - De gemeente stuurde persoonlijke uitnodigingen naar willekeurig geselecteerde inwoners.
  - De gemeente deed een oproep via lokale radio en/of televisie.
  - Anders, nl.
9. Hoe wierf de gemeente inwoners voor het 'Gast van de Raad'-programma?
- Het 'Gast van de Raad'-programma werd aangekondigd in een huis-aan-huisblad.
  - De gemeente plaatste een aankondiging op haar website.
  - Er werden gerichte uitnodigingen gestuurd naar politiek en/of maatschappelijk betrokken inwoners(groepen).
  - Het 'Gast van de Raad'-programma werd bekend gemaakt via sociale media.
  - De gemeente stuurde persoonlijke uitnodigingen naar willekeurig geselecteerde inwoners.
  - De gemeente deed een oproep via lokale radio en/of televisie.
  - Anders, nl.
10. Waarom organiseerde de gemeente geen activiteiten om burgers te informeren over hoe de gemeentepolitiek werkt? (Meerdere antwoorden mogelijk.)
- Dat wordt niet gezien als de verantwoordelijkheid van de gemeente.
  - Er is geen of onvoldoende budget beschikbaar voor dergelijke activiteiten.
  - Het nut van dergelijke activiteiten wordt beperkt geacht.
  - Er is onvoldoende capaciteit en/of tijd beschikbaar binnen de griffie en/of andere onderdelen van de gemeentelijke organisatie.
  - De verwachte interesse van inwoners voor dergelijke activiteiten is te laag.
  - Anders, nl.

---

## KENNISMAKINGSACTIVITEITEN

11. Organiseerde de gemeente in de afgelopen twee jaar (januari 2014 t/m december 2015) kennismakingen tussen inwoners en raadsleden en zo ja, hoe dan? (Meerdere antwoorden mogelijk.)
- De gemeente bood inwoners de mogelijkheid om raadsleden uit te nodigen op locatie.
  - De gemeente publiceerde portretten van of interviews met raadsleden op de gemeentelijke website.
  - De gemeente publiceerde portretten van of interviews met raadsleden in een huis-aan-huisblad.
  - De gemeenteraad ging op werkbezoek bij organisaties in de gemeente om bewoners te ontmoeten en te spreken.
  - De gemeente organiseerde speeddatesessies tussen raadsleden en inwoners in het gemeentehuis.
  - De gemeente organiseerde geen activiteiten met dit doel.
  - Anders, nl.

---

## OPKOMSTBEVORDERING

12. In maart 2014 waren in bijna alle gemeenten gemeenteraadsverkiezingen. Welke activiteiten heeft de gemeente georganiseerd om de opkomst bij deze verkiezingen te bevorderen? (Meerdere antwoorden mogelijk.)
- De gemeente organiseerde een politieke informatiemarkt.
  - De gemeente voerde een campagne om de gemeenteraadsverkiezingen onder de aandacht te brengen van haar inwoners.

- De gemeente heeft een stemhulp ingezet om burgers te helpen bij hun stemkeuze.
  - De gemeente organiseerde debatten tussen de deelnemende partijen.
  - De gemeente bood ruimte aan politieke partijen op de gemeentelijke website.
  - De gemeente bood ruimte aan politieke partijen in de huis-aan-huisbladen.
  - De gemeente organiseerde een verkiezingsfestival.
  - De gemeente heeft één of meerdere mobiele stembureaus ingezet.
  - In mijn gemeente waren geen verkiezingen.
  - De gemeente organiseerde geen activiteiten met dit doel.
  - Anders, nl.
13. Wat was de aanleiding om specifiek deze activiteit(en) te kiezen om de opkomst te bevorderen? (Meerdere antwoorden mogelijk.)
- De gemeente baseerde de keuze op praktijkvoorbeelden van andere gemeenten.
  - De gemeente baseerde de keuze op wetenschappelijk onderzoek naar opkomstbevordering.
  - De gemeente baseerde de keuze op een enquête onder haar inwoners.
  - De gemeente baseerde de keuze op een nieuw idee van de initiatiefnemer(s).
  - Anders, nl.
14. Van wie kwam het initiatief voor het organiseren van deze opkomst bevorderende activiteit(en)?
- Het initiatief kwam van de burgemeester.
  - Het initiatief kwam van het college van B en W.
  - Het initiatief kwam van de gemeenteraad.
  - Het initiatief kwam van de griffie.
  - Het initiatief kwam van één of meer politieke partijen.
  - Anders, nl.
15. Wie voerde de opkomst bevorderende activiteiten uit? (Meerdere antwoorden mogelijk.)
- De griffie.
  - De afdeling Communicatie.
  - De afdeling Bestuurszaken.
  - Anders, nl.
16. Waren de opkomstbevorderende activiteiten gericht op een specifieke doelgroep?
- Ja, nl.
  - Nee.
17. Waarom organiseerde de gemeente geen activiteiten om de opkomst te bevorderen? (Meerdere antwoorden mogelijk.)
- Dat wordt niet gezien als de verantwoordelijkheid van de gemeente.
  - Politieke partijen hebben aangegeven dit zelf te willen doen.
  - Er is geen of onvoldoende budget beschikbaar voor deze activiteiten.
  - De verwachting was dat het effect te klein zou zijn.
  - Er was onvoldoende capaciteit en/of tijd beschikbaar binnen de griffie of bredere gemeentelijke organisatie.
  - Het opkomstpercentage in de gemeente wordt al hoog genoeg geacht.
  - Anders, nl.

## RAADSLEDEN WERVEN

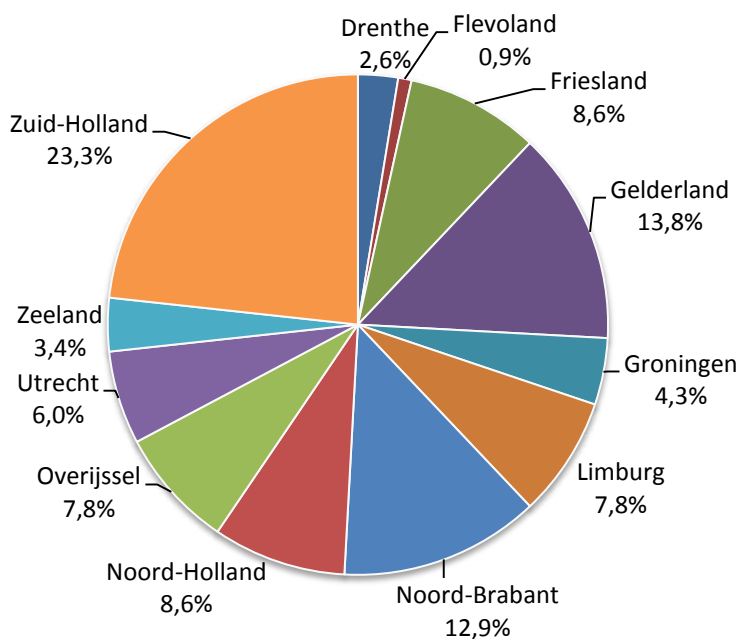
18. Welke activiteiten heeft de gemeente in de afgelopen twee jaar (januari 2014 t/m december 2015) georganiseerd om nieuwe raadsleden te werven? (Meerdere antwoorden mogelijk.)
- Burgers konden een cursus volgen over de lokale politiek om politiek actief te worden.
  - De gemeente organiseerde één of meer informatiebijeenkomsten over het raadswerk.
  - De gemeente voerde een reclamecampagne om de interesse voor het raadslidmaatschap aan te moedigen.
  - De gemeente organiseerde ontmoetingen tussen politieke partijen en geïnteresseerde inwoners (bijvoorbeeld via een informatiemarkt, speeddatesessies, etc.).
  - De gemeente organiseerde geen activiteiten met dit doel.
  - Anders, nl.
19. Waren de activiteiten om raadsleden te werven gericht op een specifieke doelgroep?
- Ja, nl.
  - Nee.
20. Was deze cursus in uw beleving effectief in het werven van raadsleden?
- Ja.
  - Nee.
  - Anders, nl.
21. Was deze informatiebijeenkomst (of waren deze informatiebijeenkomsten) in uw beleving effectief in het werven van raadsleden?
- Ja.
  - Nee.
  - Anders, nl.
22. Was de reclamecampagne in uw beleving effectief in het werven van raadsleden?
- Ja.
  - Nee.
  - Anders, nl.
23. Waren de ontmoetingen tussen politieke partijen en inwoners, in uw beleving, effectief in het werven van raadsleden?
- Ja.
  - Nee.
  - Anders, nl.
24. Van wie kwam het initiatief voor het organiseren van de activiteit(en) om raadsleden te werven?
- Het initiatief kwam van de burgemeester.
  - Het initiatief kwam van het college van B en W.
  - Het initiatief kwam van de gemeenteraad.
  - Het initiatief kwam van de griffie.
  - Het initiatief kwam van één of meer politieke partijen.
  - Anders, nl.
25. Wie voerde de activiteiten om raadsleden te werven uit? (Meerdere antwoorden mogelijk.)
- De griffie.

- De afdeling Communicatie.
- De afdeling Bestuurszaken.

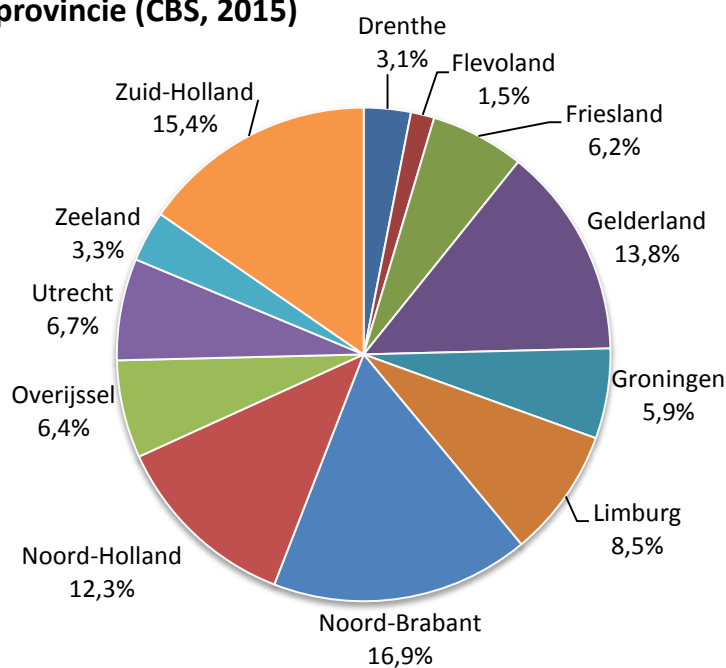
26. Waarom organiseerde de gemeente geen activiteiten om raadsleden te werven? (Meerdere antwoorden mogelijk.)

- Dat wordt niet gezien als de verantwoordelijkheid van de gemeente.
- Politieke partijen hebben aangegeven dit zelf te willen doen.
- Er is geen of onvoldoende budget beschikbaar voor deze activiteiten.
- De verwachting was dat het effect te klein zou zijn.
- Er is onvoldoende capaciteit en/of tijd beschikbaar binnen de griffie en/of andere afdelingen binnen de gemeentelijke organisatie.
- De griffie en/of andere afdelingen binnen de gemeentelijke organisatie willen zich niet in het politieke speelveld begeven.
- De (verwachte) interesse van inwoners voor dergelijke activiteiten is te laag.
- Er is al voldoende interesse voor het raadslidmaatschap in de gemeente.
- Activiteiten om raadsleden te werven waren in de afgelopen twee jaar nog niet aan de orde; de gemeente organiseert dergelijke activiteiten dichterbij de komende verkiezingen.
- Anders, nl.

**Spreiding deelnemende gemeenten naar provincie**

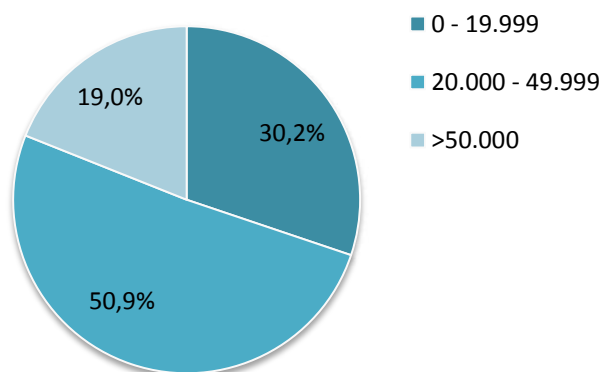


**Spreiding totaal aantal gemeenten in Nederland naar provincie (CBS, 2015)**



### BIJLAGE 3: SPREIDING GEMEENTEN NAAR INWONERAANTAL

**Spreiding deelnemende gemeenten naar inwoneraantal**



**Spreiding totaal aantal Nederlandse gemeenten naar inwoneraantal (CBS, 2015)**

