

Opkomstbevorderende campagne bij tussentijdse herindelingsverkiezingen: zinvol of zinloos.

Een onderzoek naar de effecten van een opkomstbevorderende campagne en naar de motieven om wel of niet te gaan stemmen.



gemeente Bronckhorst



Universiteit Twente
de ondernemende universiteit

Auteur: Floor Jansen

Afstudeercommissie: R.F.Klaassen Universiteit Twente
H.A. van Vuuren Universiteit Twente
K.E. Pijnenburg Gemeente Bronckhorst

Afstudeerscriptie voor de opleiding Toegepaste Communicatiewetenschap,
Universiteit Twente, Enschede.

Augustus, 2005

VOORWOORD

Voor u ligt een scriptie welke het resultaat is van een onderzoek naar de gemeenteraadsverkiezingen van 17 november 2004 in de gemeente Bronckhorst, in opdracht van de gemeente Bronckhorst. Met deze scriptie zal ik de studie Toegepaste Communicatiewetenschappen afronden.

Na een lange zoektocht, naar een interessante afstudeeropdracht, kwam ik bij de gemeente Bronckhorst terecht. Zij gaven mij de kans om een praktische opdracht uit te voeren, waarin voldoende ruimte was voor de theoretische eisen van wetenschappelijk onderzoek. Ik kreeg een eigen kantoor met computer en uitstekende begeleiding vanuit de griffie, met in het bijzonder Karen Pijnenburg. Door deze ideale omstandigheden heb ik het “afstuderen” als zeer prettig ervaren, ondanks dat het af en toe best een eenzaam traject is. Door de medewerking van de gemeente en de respondenten heb ik deze scriptie dan ook binnen de geplande tijd kunnen afronden. Ik ben iedereen hier heel erg dankbaar voor.

Verder wil ik Rob Klaassen en Mark van Vuuren bedanken voor de goede begeleiding vanuit de Universiteit. In jullie drukke agenda’s was altijd plek voor mij.

De afgelopen jaren zijn erg snel gegaan en dat kwam mede door mijn ontzettend leuke studiegenoten Inge, Ilse en Inèz. Door regelmatig uitgebreid te lunchen of te “golven” hebben we ons door de stressperiodes heen geslagen.

Tot slot wil ik mijn ouders en Tom bedanken voor alles wat ze voor mij hebben gedaan.

Uift,
18 juli 2005

Floor Jansen

SAMENVATTING

Op 6 april 2005 zijn er 1000 vragenlijsten verstuurd om meer inzicht te krijgen in de gemeenteraadsverkiezingen van 17 november 2004 in de gemeente Bronckhorst. Het onderzoek had twee doelen, aan de ene kant de motieven achterhalen waarom mensen wel of niet zijn gaan stemmen en aan de andere kant het effect van de opkomstbevorderende campagne bepalen. Op deze manier komt de gemeente meer te weten over hoe ze haar burgers in de toekomst het best kan benaderen en informeren bij gemeenteraadsverkiezingen. Van de 1000 verstuurde vragenlijsten zijn er 300 teruggekomen, dit is voldoende om betrouwbare analyses uit te voeren.

De opkomstpercentages bij tussentijdse herindelingsverkiezingen in de Achterhoek lagen gemiddeld 10% lager dan de opkomstpercentages bij de reguliere gemeenteraadsverkiezingen. Ook in Bronckhorst was de opkomst 8.4% lager dan bij de vorige verkiezingen. Tot nu toe is steeds aangenomen, dat de oorzaak ligt bij het ontbreken van de landelijke media-aandacht. Er is echter gebleken dat ook de motieven van de kiezers anders zijn bij herindelingsverkiezingen. De motieven van niet-stemmers wijken af van de motieven van niet stemmers bij reguliere verkiezingen. Er geeft maar 22.8% aan, niet te zijn gaan stemmen om praktische redenen, terwijl dit percentage bij reguliere verkiezingen rond de 40% ligt. Uit eerder onderzoek bij reguliere verkiezingen blijkt ook dat gemiddeld 20% niet stemt vanwege gevoelens van protest. Bij deze verkiezingen lag dit percentage op maar liefst 65%. Bij herindelingsverkiezingen zijn de motieven dus vooral van politieke aard, in plaats van praktische aard.

Uit dit onderzoek is gebleken dat de keuze om wel of niet te gaan stemmen vooral afhangt van de mate van interesse, de mate dat men invloed denkt uit te kunnen oefenen en de mate waarin men zich verplicht voelt om te stemmen. Verder zijn er nog twee verbanden gevonden met het wel of niet stemmen, die er bij reguliere verkiezingen niet of nauwelijks zijn. De mate van vertrouwen en zich onderdeel voelen van de gemeenschap hebben beiden een negatieve invloed op het stemmen. Hieruit kan dus geconcludeerd worden, dat het ontbreken van media-aandacht, niet de enige oorzaak is van de opkomstdaling bij tussentijdse herindelingsverkiezingen. Maar dat het ook komt, omdat de burgers zich nog geen onderdeel voelen van de nieuwe gemeente. In november 2004 konden mensen zich nog weinig voorstellen bij het 'nieuwe Bronckhorst'. Ook hadden de burgers weinig vertrouwen in de nieuwe gemeente.

Een tweede doel van dit onderzoek was het evalueren van de opkomstbevorderende campagne die voor de verkiezingen is ingezet. Deze campagne bestond uit de volgende activiteiten: Lijsttrekkersdebatten, reclame en publiciteit, politieke karavaan met informatiemarkten en een belronde onder de inwoners van Bronckhorst. Het bereik van deze campagne was redelijk vooral de lokale bladen, Contact en de Bronckhorster, hadden een goed bereik. Echter de invloed van de campagne op de keuze om wel of niet te gaan stemmen was erg klein. De campagne heeft de opkomst dus nauwelijks verhoogd, maar heeft vooral de geïnteresseerde mensen die al van plan waren om te stemmen, goed geïnformeerd. Wanneer in de toekomst weer wordt gekozen voor een gezamenlijke campagne, moet eerst worden bedacht voor welk doel de campagne wordt ingezet. Willen we de niet-stemmers overhalen om toch te gaan stemmen, of willen we de mensen die al van plan zijn om te stemmen zo goed mogelijk informeren. De campagnemiddelen moeten dan hierop worden aangepast. De mensen konden ook aangeven wat zij liever anders hadden gezien in de verkiezingscampagne. Wat hier duidelijk naar voren kwam, is dat mensen behoefte hebben aan duidelijke, overzichtelijke en compacte informatie en een betere financiële onderbouwing van de standpunten.

Op basis van de resultaten van dit onderzoek kan worden geconcludeerd dat gemeenteraadsleden in de vier jaar naar de verkiezingen toe de burgers meer moeten betrekken bij de politiek, in plaats van alleen in de verkiezingstijd. 70% Van de ondervraagden is het ermee eens dat burgers meer betrokken moeten worden bij de politiek. Concrete aanbevelingen die hieruit voortkomen zijn:

- *Vaker de meningen van de burgers peilen over actuele thema's*
- *Contact met de gemeenteraad toegankelijker maken*
- *Herkenbaarheid van de gemeenteraadsleden vergroten*

ABSTRACT

On the 6th of April 2005, 1,000 questionnaires were sent out to get more insight on the local interim elections of November 17th, 2004 in the municipality of Bronckhorst. This research had two purposes, first to detect the motives of why people do or do not vote and second to determine the effectiveness of the advancement campaign. These surveys are used to help the municipality know best how to reach uninformed citizens to vote at local elections in the future. 300 out of 1,000 questionnaires came back, which is sufficient to do reliable analyses.

The turnout at the interim reclassification elections in the Achterhoek area were on the average 10% lower than the turnout at regular local elections. Also in Bronckhorst the turnout was 8.4% lower than the last elections. Up until now, the absent of media-attention has been known as the main cause of lower turnout at interim elections. Although in this research the motives of people are lower at interim elections than at regular elections because there is a more political nature instead of a practical one. Only 22.8% of voters give practical reasons for not voting, but at regular elections 40% of voters give practical reasons for not voting. At regular elections only 20% of voters are not voting because of feelings of objection, but at interim elections 65% of voters have feelings of objection.

From this research I can see that the choice to vote or not depends on political interests, feelings of influence and feelings of obligation to vote. I have also found two other connections between attitudes and the choice to vote. Trust and a sense of belonging to the community both have a negative influence on the choice to vote at the interim elections, but play no part at regular elections. Hence it can be concluded that the absent of media-attention is not the only cause of lower turnout at interim elections, but also a sense of belonging to the community plays a part. For example in November 2004, people couldn't imagine the new "Bronckhorst" and people also had little trust in the new municipality.

The second purpose of my research was evaluating the turn out the advancement campaign. This campaign existed from the following activities: political debates, advertising and publicity, information and political markets and a telephone survey on the citizens. The campaign reached many voters especially through the local papers, although the influence on the choice to vote was very poor because it barely raised the turnout percentage. The campaign only reached the interested people who already planned to vote and did not encourage or convince the non-voters that their vote was needed as well. For future organization of campaigns it should be first discussed whom the target audience is, the non-voters or the voters. Campaign strategies must use a balance to gain interest of the non-voters and keep the interest of the usual voters. The respondents could also give their critics on the campaign. What came clear is that people want short, clear and compact information and a better financial firm ground of the ideas.

Based on the results of this research it can be concluded that the municipality councillors should involve the citizens more in politics, in the four years before the elections, instead of only during election time. 70% of the respondents agree that they should be more involved in local politics. Concrete recommendations show that municipality councillors should gauge more often the opinion of the citizens about the actual them of their campaign, make the contact with the municipal council more accessible and increase the recognizability of the municipal councillors.

INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD	2
SAMENVATTING	3
ABSTRACT	4
HOOFDSTUK 1: INLEIDING	7
1.1 De verkiezingsopkomst	7
1.2 Probleemanalyse	8
1.3 Het onderzoek	8
1.3.1 Aanleiding voor het onderzoek	9
1.3.2 Wetenschappelijk en maatschappelijk belang	9
1.4 De gemeente Bronckhorst	10
1.4.1. Bronckhorst	10
1.4.2. Gemeentelijke herindelingen	12
1.4.3. Aanleiding van de herindelingen in de Achterhoek en Liemers	13
1.4.4. Felle kritiek op herindelingsplannen	13
1.5 Doelstelling van het onderzoek	14
1.6 Onderzoeksmethode	15
1.7 Opbouw van de scriptie	15
HOOFDSTUK 2: THEORETISCH KADER	17
2.1 Inleiding	17
2.2 Verklaringen voor de lage opkomstcijfers bij gemeenteraadsverkiezingen	18
2.2.1 Sociologische benadering	18
2.2.2 Sociaal psychologische benadering	19
2.2.3 Politiek economische benadering	19
2.2.4 Normatieve benadering	21
2.2.5 Cognitieve benadering	21
2.2.6 Consumptieve benadering	21
2.2.7 Verdringingsbenadering	21
2.2.8 Organisatorische benadering	22
2.2.9 A-structurele benadering	22
2.3 Profiel niet stemmers	23
2.3.1 De Nederlandse kiezer 1994	23
2.3.2 Niet-stemmers	23
2.3.3 Kiezen in Nijmegen	24
2.3.4 Kort overzicht van alle onderzoeken	25
2.4 Herindelingsverkiezingen	26
2.4.1 Waarom zijn herindelingsverkiezingen anders?	26
2.4.2 Opkomstverwachtingen bij herindelingsverkiezingen	27
2.4.3 Werkelijke opkomst bij verkiezingen	27
2.4.4 Stemmotieven bij herindelingsverkiezingen	28
2.5 Opkomstbevordering	28
2.5.1 opkomstbevorderende maatregelen	28
2.5.2 Maatregelen die de 'gelegenheid' om te stemmen vergroten of de kosten verkleinen	29
2.5.3 Maatregelen die de motivatie om te stemmen vergroten	31
2.5.4 Moeilijkheden bij de evaluatie van opkomstbevorderende middelen	32
2.5.5 Het nut van opkomstbevordering	33
2.6 De hypothesen	36
HOOFDSTUK 3: METHODEN	38
3.1 Onderzoeksstrategie	38
3.2 Databronnen en methoden voor dataverzameling	39
3.2.1 Het voor onderzoek	39
3.2.2 Het hoofdonderzoek	40
3.3 Respons en kenmerken van de onderzoekspopulatie	43
3.5 Verantwoording van het meetinstrument	43
3.5.1 Attitudes	43

3.5.2 Campagne-evaluatie	46
HOOFDSTUK 4: RESULTATEN KIEZERSONDERZOEK	48
4.1 Inleiding	48
4.2 Betrouwbaarheids- en factoranalyse	48
4.2.1 Betrouwbaarheidsanalyse	49
4.2.2 Factoranalyse	49
4.3 Correlatie en regressie analyse	52
4.3.1 Correlatie analyse	52
4.3.2 Regressie analyse	53
4.4 Vergelijking herindelingsverkiezingen en reguliere verkiezingen	55
4.5 Overige beschrijvende resultaten	56
4.5.1 Steminformatie	56
4.5.2 Niet-stemmers	57
4.5.3 Stemmers	62
HOOFDSTUK 5: RESULTATEN CAMPAGNE-EVALUATIE	62
5.1 Inleiding	62
5.2 Resultaten van het vooronderzoek	62
5.1.1 Concreet uitgevoerde activiteiten	62
5.1.2 Samenvatting interviews met raadsleden	63
5.1.3 Overige meningen en opmerkingen	64
5.2 Beschrijvende resultaten van de campagne-evaluatie	65
5.2.1 Bereik en effect van de voorlichtingscampagne	65
5.2.2 De waardering voor de voorlichtingscampagne	67
5.3 Correlatie en regressie analyse	69
5.5 Communicatiemiddelen	71
HOOFDSTUK 6: CONCLUSIE	72
6.1 De opkomstbevorderende campagne	72
6.2 Het kiezersonderzoek	74
6.3 Beantwoording hoofdvraag	76
HOOFDSTUK 7: AANBEVELINGEN	78
7.1 Aanbevelingen aan de gemeenteraad van Bronckhorst	78
7.1.1 Thema avonden houden	79
7.1.2 Communicatiemiddelen optimaliseren	79
7.1.3 Burgerparticipatie bij beleidsvorming vergroten	81
7.1.4 Advies voor de verkiezingstijd over vijf jaar	83
7.2 Aanbevelingen voor vervolg onderzoek	84
HOOFDSTUK 8: DISCUSSIE EN REFLECTIE	85
LITERATUURLIJST	86
BIJLAGE	89
Bijlage 1 Vragenlijst raadsleden	90
Bijlage 2 Projectvoorstel campagne	91
Bijlage 3 Brief en vragenlijst	94
Bijlage 4 Persbericht	99
Bijlage 5 Frequentietabellen van de stellingen	100

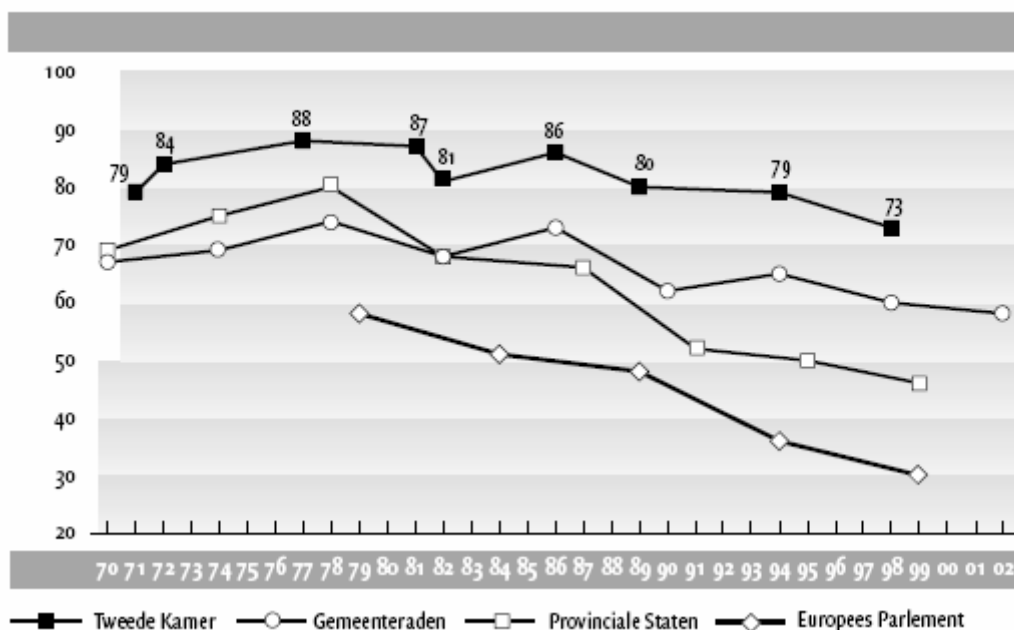
HOOFDSTUK 1 INLEIDING EN PROBLEEMSTELLING

1.1 De verkiezingsopkomst

“Ongeveer de helft van de kiezers heeft gisteren niet gestemd bij de gemeenteraadsverkiezingen in Achterhoek, Graafschap en Liemers. Burgemeesters en raadsleden noemen de opkomst teleurstellend en bedroevend.” (de Gelderlander, 2004) Op een aantal plekken in Gelderland werden 17 november 2004 gemeenteraadsverkiezingen gehouden vanwege de gemeentelijke herindelingen. Gemiddeld de helft van de kiezers gingen niet naar de stembus. De opkomst werd dus bedroevend laag gevonden en was tien procent lager dan bij de vorige gemeenteraadsverkiezingen.

Hoewel het stemrecht de basis van de democratie vormt, zijn de lage opkomstpercentages bij verkiezingen een steeds vaker voorkomend verschijnsel. Zowel bij parlementsverkiezingen, provinciale statenverkiezingen, gemeenteraadsverkiezingen als de verkiezingen voor het Europees Parlement gaan de kiezersaantallen omlaag. Het Zweedse onderzoeksinstituut 'International IDEA' houdt zich op internationaal niveau bezig met de ontwikkelingen rondom de verkiezingsopkomst, zij concluderen dat de opkomst na 1990 wereldwijd is gedaald.

Figuur 1-1 Opkomst bij algemene verkiezingen sinds 1970



Sinds 1970 bestaat in Nederland geen opkomstplicht meer bij verkiezingen. Tot in de jaren negentig was er sprake van schommelingen bij de opkomstpercentages, maar vanaf de jaren negentig is er sprake van een trendmatige daling. Burgers kiezen er steeds vaker voor om niet te gaan stemmen, terwijl dit een van de weinige vormen van interactie is tussen de overheid en de burger. Wanneer deze interactie steeds minder wordt, moet men dan spreken van een kloof tussen politici en burgers? De meningen rondom deze groeiende kloof lopen in de literatuur nogal uiteen. De een ziet de dalende opkomst niet als een verontrustend probleem en de ander wel. Of de dalende opkomst nu wel of geen probleem vormt voor de democratie, het verschijnsel houdt vele wetenschappers in ieder geval al jarenlang bezig. Het besef van de dalende opkomst dringt ook steeds verder door naar de overheden. Er worden allerlei methoden en instrumenten bedacht om de neerwaartse trend om te buigen. Uit figuur 1.1 blijkt echter dat er na 1986 geen forse stijgingen meer zijn waar te nemen.

1.2 Probleemanalyse

Zoals al reeds is vermeld zijn de meningen in de wetenschap sterk verdeeld over de dalende opkomst als probleem. Gezien de hoeveelheid acties en maatregelen van de overheid om de opkomst te verhogen, valt af te leiden dat de ongerustheid bij de overheid toeneemt. Het gaat hierbij vooral om de angst voor de vermindering van de kwaliteit en de legitimiteit van het democratische systeem (SCP, 2002:4). Volksvertegenwoordigers ontlelen hun positie direct of indirect aan de verkiezingen, waarbij het van belang is dat de verkiezingen dus ook een weerspiegeling zijn van de wensen van de gehele bevolking. Een bestuur is legitiem wanneer het wordt aanvaard maar ook gekozen, gestuurd en gesteund door de burgers. Wanneer echter een groot deel van de burger niet komt stemmen, kan men zich afvragen wat dit betekent voor hun positie. Moet de lage opkomst worden gezien als een probleem, omdat een lage opkomst zou getuigen van een gering draagvlak of van een geringe steun voor de democratie in de bevolking? Een ander probleem komt voort uit het feit dat een lage opkomst ook een selectieve opkomst is. De representativiteit van de volksvertegenwoordiging wordt bedreigd als bepaalde bevolkingsgroepen zoveel minder stemmen dat hun belangen en problemen verwaarloosd kunnen worden. Tot slot kan de afnemende opkomst ook worden gezien als een teken van groeiend politiek wantrouwen en cynisme en van toenemende politieke vervreemding. De angst leeft dat de dalende opkomst duidt op een toenemende afwijzing van het politieke systeem.

De daling van de opkomst hoeft volgens tegenstanders niet noodzakelijk een probleem te zijn. Er zijn regelmatig beschouwingen te vinden waarin wordt gespeculeerd over tevredenheid van de kiezer als reden om niet te gaan stemmen. Sterke electorale betrokkenheid en activiteit zouden wel eens kunnen duiden op grote ontevredenheid en op ongewenst veel maatschappelijke en politieke onrust. Ook zijn er aanwijzingen te vinden, dat de opkomst geen graadmeter is voor politieke interesse (Kock, 1993). Volgens hem ligt niet de oorzaak bij de kiezer, maar bij het systeem zelf, er staat voor de burger niks op het spel, mensen zien het nut er niet van in om te gaan stemmen.

Het is nog niet duidelijk hoe het probleem moet worden gezien en of er sprake is van een probleem. Er kan echter niet worden ontkend dat politieke participatie een belangrijk kenmerk van de democratie is. Democratische modellen onderscheiden zich door de wenselijk geachte participatie van het volk in de politieke machtsuitoefening (SCP, 1998). Het stemmen is een vorm van communicatie tussen bestuurders en bestuurden. Het is een directe mogelijkheid voor de burgers om hun betrokkenheid te uiten naast andere vormen zoals inspraakavonden, informatiebijeenkomsten, discussiefora, participatietrajecten etc.

Er zijn dus een aantal belangrijke problemen te noemen die ontstaan bij de lage verkiezingsopkomst. Het is daarom noodzakelijk middelen te vinden die kunnen bijdragen tot het verhogen van de opkomst.

1.3 Het onderzoek

De lage opkomst bij verkiezingen is reeds het onderwerp van vele onderzoeken geweest. Talloze onderzoekers hebben zich gericht op de mogelijke oorzaken van het probleem. Er zijn dan ook verschillende theorieën over de motivaties en redenen van niet-stemmers. Ook opkomstbevordering is momenteel een onderwerp waar onderzoek naar wordt gedaan. Dit onderzoek zal zich beperken tot het lokale niveau, gemeenteraadsverkiezingen en dan specifiek tussentijdse gemeenteraadsverkiezingen bij gemeentelijke herindelingen. In opdracht van de gemeente Bronckhorst is er als eerste een opkomstbevorderende campagne geëvalueerd, om te kijken wat het bereik is geweest en in hoeverre de campagne opkomstbevorderend heeft gewerkt. Als tweede zijn de motieven achterhaald, waarom mensen wel of niet zijn gaan stemmen bij de tussentijdse gemeenteraadsverkiezingen.

1.3.1 Aanleiding voor het onderzoek

De aanleiding voor dit onderzoek is de lage opkomst bij de vervroegde gemeenteraadsverkiezingen op 17 november 2004 in de gemeente Bronckhorst. Ondanks een opkomstbevorderende campagne was het opkomstpercentage in de gemeente Bronckhorst laag, 53.9 procent. De gemeente Bronckhorst heeft voor de gemeenteraadsverkiezingen een aantal communicatiemiddelen ingezet om meer mensen naar de stembus te krijgen, lijsttrekkersdebatten, reclame en publiciteit, inwonersonderzoek en een politieke karavaan.

1.3.2 Wetenschappelijk en maatschappelijk belang

De opkomst van deze verkiezing was laag, in de gemeente Bronckhorst was het opkomstpercentage 53.9%, terwijl dit in 2002 nog 62.3% was. Ondanks dat er veel tijd, energie en geld is gestoken in een uitgebreide verkiezingscampagne, was de opkomst teleurstellend. Als redenen voor de lage opkomst werden bijvoorbeeld het slechte weer en het ontbreken van landelijke aandacht genoemd. Zonder onderzoek kan er echter alleen maar gespeculeerd worden over de mogelijke oorzaken, terwijl deze wel van belang zijn voor de toekomst.

Wanneer in de toekomst bekend is waarom burgers wel of niet gaan stemmen, kunnen middelen efficiënter worden toegepast, om mensen naar de stembus te krijgen. Daarnaast is het ook voor de geloofwaardigheid van de representatieve parlementaire democratie van belang, dat het opkomstpercentage in de toekomst hoger komt te liggen. Op dit moment zijn de gemeenteraadsleden maar door ongeveer de helft van de bevolking gekozen.

De maatschappelijke relevantie bestaat uit de indicatie van de houding van gemeenten met betrekking tot de verkiezingsopkomst en de ideeën die hierover bestaan binnen de samenleving. Welke motieven en verklaringen zitten achter het handelen van (niet)stemmers en hoe moeten gemeenten hierop insprijgen. De interactie tussen lokaal bestuur en burgers is het belangrijkste aspect binnen dit probleem. De lage opkomst bij verkiezingen wordt gezien als wederom een indicatie van de verslechterde relatie tussen burger en bestuur. Daarom is het van groot belang deze relatie van beide kanten te bekijken met betrekking tot het bestudeerde onderwerp, de lage opkomstpercentages. Als eerste ontstaat er meer duidelijkheid over de effectiviteit van de middelen die worden ingezet om de opkomst te bevorderen. Ten tweede wordt het inzicht in de motieven om niet of wel te stemmen bij tussentijdse verkiezingen vergroot. De gemeenten weten op deze manier wat burgers belemmert om te gaan stemmen, en kunnen hier in de toekomst doelgerichter op insprijgen.

De wetenschappelijke relevantie is de toespitsing op de tussentijdse gemeentelijke herindelingsverkiezingen. Deze verkiezingen verschillen op een aantal punten van de reguliere gemeenteraadsverkiezingen, en daarmee wellicht ook de motieven van stemmers. Tot nu toe is er veel onderzoek gedaan naar kiezersmotieven maar nog niet specifiek bij herindelingsverkiezingen. Depla en Tops (1997) concluderen in hun onderzoek: "Kennelijk moet er bij tussentijdse verkiezingen een issue aanwezig zijn dat de kiezers extra mobiliseert. Als dat het geval is, kan men twee vliegen in een klap slaan: een relatief hoge opkomst blijft behouden, terwijl de inhoudelijke betrokkenheid van kiezers bij de raadsverkiezingen toeneemt. Ontbreekt zo'n issue, dan kan zich een negatief effect voordoen: de opkomst daalt, de inhoudelijke betrokkenheid neemt niet toe. Natuurlijk is enige voorzichtigheid geboden met het generaliseren van deze conclusie. Zij is immers op het onderzoek van een case geformuleerd. Nader onderzoek naar kiezersgedrag bij herindelingsverkiezingen is daarom dringend gewenst." Tot nu toe zijn er wel speculaties gedaan naar de motieven, op basis van verkiezingsonderzoeken. Individueel onderzoek is op dit gebied echter nog schaars.

Een tweede aspect waarmee het wetenschappelijke belang kan worden aangetoond is de evaluatie van opkomstbevorderende middelen. Omdat men zich pas sinds een aantal jaren ongerust maakt over de opkomstdaling, is er ook pas recentelijk aandacht voor *opkomstbevordering*. Er is nog weinig systematisch onderzoek gedaan naar instrumenten die kunnen worden ingezet om de opkomst bij verkiezingen te bevorderen (Wille, 2000). Aan de hand van dit onderzoek zal er meer bewijs zijn voor de effectiviteit van opkomstbevordering door middel van communicatiemiddelen. Momenteel zijn de meningen in de wetenschap nogal verdeeld, de resultaten van dit onderzoek kunnen zorgen voor meer inzicht in de invloed van communicatie bij opkomstbevordering.

1.4 De gemeente Bronckhorst

1.4.1. Bronckhorst

De gemeente Bronckhorst



De gemeente Bronckhorst is op 1 januari 2005 ontstaan door de samenvoeging van de gemeenten Hengelo Gld., Hummelo en Keppel, Steenderen, Vorden en Zelhem.

Hengelo

Het dorp Hengelo is het centrum van een landbouwgebied en werd al in het jaar 963 genoemd. Rond de Sint-Remigiuskerk ontstond een nederzetting op de grens van vruchtbare kleigebieden en wat armere zandgrond. Op de oude kaarten staat Hengelo vermeld als Henghel, ressorterende onder het Landdrost ambt van Zutphen. Een naam die in de volksmond nog volop wordt gebruikt. Hengelo is sinds honderden jaren een echte marktplaats. In 1658 kreeg Hengelo van het Hof van Gelre octrooi: het recht tot het houden van markten. Vooral de paardenmarkten waren en zijn nog steeds belangrijk, waarbij het accent nu vooral ligt op paardenkeuringen. Verder is Hengelo vermaard om de motorraces. Jaarlijks zijn de beroemde, internationale wegraces op de Varsseling en de veteranen rally. De gemeente Hengelo bestond uit de kernen Hengelo en Keijenborg en de buurtschappen: Bekveld, Dunsborg, Gooi, Noordink, Varssel en Veldhoek. Vanaf 1 januari 2005 behoren deze kernen alle tot de gemeente Bronckhorst.

Hummelo en Keppel

Het dorp Hummelo ontstond in 828 op een rivierduin nabij landgoed Enghuizen, langs de doorgaande weg tussen Doetinchem en Zutphen. Deze lintbebouwing is nog altijd goed zichtbaar. Hoog-Keppel is ook op een rivierduin ontstaan. Het dorp kent een brink waaromheen huizen en boerderijen zijn gebouwd. Drempt bestaat uit twee kerkdorpen. Het Nederlands-Hervormde kerkdorp Voor-Drempt en het Rooms-Katholieke dorp Achter-Drempt. Buurtschap Eldrik is een hoger gelegen gebied tussen Laag-Keppel en Angerlo dat voornamelijk bestaat uit grasland en landbouwgrond. Naast agrarische activiteiten voornamelijk gericht op landbouw en veeteelt, kent Hummelo en Keppel modernambachtelijke en dienstverlenende bedrijven, veelal geconcentreerd in één van de dorpskernen. De recreatiemogelijkheden trekken jaarlijks een groot aantal toeristen. De gemeente Hummelo en Keppel bestond uit vijf kernen en een buurtschap, die vanaf 1 januari 2005 allen zijn opgegaan in de gemeente Bronckhorst.

Steenderen

De namen Steenderen en Bronckhorst worden voor het eerst genoemd rond het jaar 1000. Het dorp Steenderen ontstond op een oeverwal van de IJssel en is gelegen in een uitgestrekt weidegebied. Dat het water het gebied nog wel eens teisterde, is te zien aan de oude boerderijen, die op hoogten, een soort terpen zijn gebouwd. In 1782 was er een grote brand in het dorp door een blikseminslag in de kerktoren. De kerk, de school, het meestershuis en twintig andere huizen brandden af. Steenderen heeft ook veel te lijden gehad van de Tachtigjarige Oorlog. Boeren werden verjaagd van het platteland, dat vervolgens verschillende jaren nagenoeg onbewoond bleef. Door modernisering, sanering en ruilverkaveling is de werkgelegenheid in de agrarische sector, sterk gedaald. De industrie nam toe. In 1898 werd op boereninitiatief een zuivelfabriek gesticht die is uitgegroeid tot een sterk expanderende kaasfabriek van Frico Cheese. AVIKO ontstond eind zestiger jaren van de vorige eeuw toen een dertigtal agrariërs uit de omgeving een aardappelverwerkende industrie stichtten. De gemeente Steenderen bestond uit de dorpen Steenderen, Baak, Olburgen, Toldijk, stadje Bronckhorst en buurtschap Rha.

Vorden

De naam Vorden komt in 1121 voor het eerst in de geschriften voor en is afgeleid van het woord 'voorde'. Dit is een doorwaadbare plaats in een beek of rivier, in dit geval de Vordense beek. Kruisingen van wegen en beken waren belangrijke punten en vaak verrees daar een versterkte nederzetting. In Vorden was dat het gelijknamige kasteel Vorden. Onder bescherming van de kasteelheer vestigden zich boeren en later handwerkslieden. Van oudsher is Vorden vooral een landbouwdorp. Begin 1900 stonden er nog boerderijen in de kom van het dorp. Het dorp ligt aan de voet van een uitgestrekte bouwenk. De akkerbouw vond plaats op deze enk. In de wat lager gelegen gebieden, langs de beken, lagen de weilanden. Door verbetering van de infrastructuur eind 19e-, begin 20e eeuw begon het agrarische karakter van het dorp te veranderen. Er kwam industrie en een bloeiende

middenstand. Ondanks de vaak ingrijpende veranderingen zijn dorp en landschap in harmonie gebleven. De grootste attractie vormen de negen kastelen, waarlangs een landelijk bekende fietsroute is uitgezet. Jaarlijks maken duizenden fietsers en wandelaars deze kastelentocht.

De gemeente Vorden telde naast de kernen: Vorden, Kranenburg en Wichmond, de buurtschappen: Delden, Linde, Mossel, Veldwijk, Vierakker en Wildenborch.

Zelhem

Informatie over de oorsprong van Zelhem vinden we in een oorkonde. Volgens dat geschrift werd in 801 na Christus een kapelletje gebouwd op een plaats die volgens de schenkingsoorkonde Saleheim heette. De naam Saleheim zou de betekenis hebben van een huis (heim) met een zaal. De stichter van de kapel was evangelieprediker St. Ludgerus. Tussen 1450 en 1500 kreeg de kerk als Lambertijkerk zijn huidige vorm. Hoewel tegen het einde van de Tweede Wereldoorlog verwoest, werd ze meteen weer opgebouwd en zo vormt de kerk nog steeds het middelpunt van Zelhem. Ze ligt aan de markt die in vroegere tijden een soort brink vormde. In 1829 telde de gemeente Zelhem ruim 2.800 inwoners; een eeuw later waren het er bijna 5.800. In die tijd kende het dorp Zelhem maar enkele straten: de Markt, de Smidsstraat, de Koestraat, de Stationsstraat, de Palmberg en het Weversstraatje. De Koestraat is nu de Burgemeester Rijpstraat. Aan de lange zijden stonden de woningen van de neringdoenden en de ambachtslieden, zoals de kruidenier, de smid en de bakker. Ook woonden er de gegoede burgers. Bijna alle dorpsbewoners hielden vroeger vee: een koe, enkele geiten en wat varkens. De koeien gingen 's morgens na het melken naar de Meene door de Koestraat en werden 's avonds voor het melken weer opgehaald. De gemeente Zelhem telde naast de kernen Zelhem en Halle, de buurtschappen: Halle-Heide, Halle-Nijman, Heidenhoek, Meene, Oosterwijk, Velswijk, Wassinkbrink, Wittebrink en Wolfersveen.

De nieuwe gemeente Bronckhorst telt momenteel 38.000 inwoners en 43 kernen en buurtschappen en acht kastelen. Naast Bronckhorst zijn er op 1 januari nog zeven andere, nieuwe gemeenten ontstaan door de herindelingen. Voorafgaand aan deze gemeentelijke herindelingen zijn eindeloos veel debatten gevoerd. Naast een groepje voorstanders waren er namelijk ook grote groepen die zich hebben verzet tegen de herindelingen. "Conclusie van de leden van de Eerste Kamer na de vergadering over de gemeentelijke herindeling van Oost - Gelderland: zo moet het de volgende keer dus niet. Wrang voor al die bestuurders en inwoners die zich fel tegen de fusies hebben verzet. Ze hebben gelijk (de meerderheid van de Eerste Kamer vindt dat), maar ze krijgen het niet. Verbazing, woede, teleurstelling, opluchting... uiteenlopende reacties na afloop van het debat. Verbazing was de grootste gemene deler: verbazing over het reilen en zeilen van de politiek." (Gelderlander, Gemeentelijke herindelingen zo moet het niet, 2-7-2004)

1.4.2 Gemeentelijke herindelingen

Herindeling is gericht op het wegnemen van knelpunten in het lokaal bestuur. Deze knelpunten kunnen een verschillend karakter hebben. Zo kan er sprake zijn van juridisch-bestuurlijke knelpunten, als een gemeente over te weinig bestuurskracht beschikt om maatschappelijke problemen aan te pakken. Daarnaast onderscheidt het kabinet sociaal-geografische knelpunten. Hierbij valt bijvoorbeeld te denken aan een vergroeiing van woonkernen die tot verschillende gemeenten behoren of isolement van delen van een gemeente als gevolg van natuurlijke barrières. Voorts kunnen er financieel-economische knelpunten bestaan. Volgens het kabinet is hiervan bijvoorbeeld sprake als een gemeente afhankelijk is van de voorzieningen van anderen zonder dat de kosten evenredig worden gedragen. Ten slotte kunnen zich in het lokaal bestuur ruimtelijke knelpunten voordoen. Zo kan een gemeente een gebrek aan ruimte hebben zodat ze niet meer kan voldoen aan de woningbehoefte van de eigen inwoners. Wanneer gemeenten te kampen hebben met deze

knelpunten kunnen ze hun lokale taken onvoldoende uitvoeren. Dergelijke knelpunten rechtvaardigen daarmee de herindeling van gemeenten (Depla, Tops & Weterings, 1996).

1.4.3 Aanleiding van de herindelingen in de Achterhoek en Liemers

Bij de gemeentelijke herindelingen in de Achterhoek en Liemers waren er twee soorten knelpunten van belang. Aan de ene kant juridisch-bestuurlijke en aan de andere kant ruimtelijke en financiële knelpunten. De doelen van de herindelingen waren dan ook:

1. Het duurzaam bedienen van de centrumgemeenten, met een behoefte aan uitbreiding voor onder andere industrie, woningbouw en financiële slagkracht, voor tenminste de komende 20 jaar;
2. Het opschalen van plattelandsgemeenten tot op zichzelf staande volwaardige gemeenten met voldoende bestuurskracht, zonder dat dit leidt tot overbodige samenvoegingen of zeer grote gemeenten en dus uitdrukkelijk rekeninghoudend met de schaalverhoudingen (Kamerstuk 2003-2004).

1.4.4 Felle kritiek op herindelingsplannen

Vanuit de tweede kamer kwamen er echter op drie punten felle kritiek. Het eerst kritiekpunt had te maken met de versterking van de positie van de centrumgemeenten. “De leden van de VVD-fractie vragen of de regering meer expliciet heeft gekeken naar de omvang van de te vormen landelijke gemeenten en naar de omvang van de meer stedelijke gemeenten. Deelt de regering de constatering van deze leden, dat kijkend naar het totaal van het voorstel, de omvang van de meer landelijke gemeenten vaak zeer grootschalig is, terwijl die van de stedelijke gemeenten aanzienlijk minder grootschalig is? De doelstelling om tegemoet te komen aan de noodzakelijke uitbreiding van de centrumgemeenten Doetinchem, Zutphen en Doesburg lijkt onvoldoende te worden gerealiseerd. Doetinchem en Zutphen zien de op zichzelf gerechtvaardigde wensen voor schaalvergroting op geen enkele wijze gehonoreerd. Het is ook zeer de vraag hoeveel jaar deze gemeenten vooruit kunnen binnen het huidige voorstel, met andere woorden hoe duurzaam deze herindeling is, zal blijken.”(kamerstuk 28855 nr 4)

Het tweede punt waar men zich nog niet in kon vinden had te maken met het opschalen van de plattelandsgemeenten. “De wens om plattelandsgemeenten op te schalen is op zichzelf prima, zo menen de leden van de GroenLinks-fractie. Immers, kleine plattelandsgemeenten kunnen niet altijd de verlangde kwaliteit van dienstverlening realiseren. De vraag is wel hoe rigoureuus er moet worden opgeschaald. Er lijkt in dit wetsvoorstel gekozen voor een grootte van gemiddeld 30.000 a 40.000 inwoners, waardoor in het oostelijk deel van Gelderland enkele zeer grote gemeenten zullen ontstaan. Waarom acht de regering dat wenselijk? In één geval gaat het in het voorstel om een toekomstige gemeente met maar liefst 45 afzonderlijke kernen. Is dat een omvang waarbij nog sprake kan zijn van met elkaar verbonden gemeenschappen?”(kamerstuk 28855 nr. 4)

Een ander aspect waar ook nogal wat critici over vielen was het gebrek aan draagvlak bij de burgers en in sommige gevallen bij het gemeentebestuur. “Het onderhavige wetsvoorstel staat, volgens de aan het woord zijnde leden, op gespannen voet met het door de regering zelf geformuleerde beleid. Met betrekking tot gemeentelijke herindeling sprak de regering in december 2002 immers uit, te hechten aan een stevig draagvlak onder de lokale bevolking. Daarom, zo stelde het destijds demissionaire kabinet, zouden geen voorstellen meer gedaan worden voor gemeentelijke herindeling tenzij dit op verzoek van betrokken gemeenten zelf gebeurt. Opmerkelijk genoeg komt dit wetsvoorstel uit dezelfde ministerraadsvergadering. Kennelijk stelt de regering het besluit van GS van Gelderland gelijk aan ‘van onderop’, hoewel het provinciebestuur een, onder delen van bevolking en lokaal bestuur omstreden herindeling heeft opgelegd. Door gebrek aan een analyse mist het voorstel het draagvlak van

een groot deel van bestuur en bevolking in het gebied zelf, zo hebben deze leden de stellige indruk. Wat is daarop de reactie van de regering? Is er onderzoek gedaan onder de lokale bevolking en lokale besturen en wat zijn dan de bevindingen? Kan de regering aangeven welke concrete veranderingen er op welk moment hebben plaatsgevonden aan het voorstel, om aan de 'wensen van onderop' tegemoet te komen?"(kamerstuk, 28855 nr4)

In de verschillende ronden van het fusieproces hebben politici op uiteenlopende bestuurlijke niveaus een inbreng gehad. In de eerste instantie betreft dit politici op provinciaal niveau. In latere ronden hebben 'Haagse' politici de hoofdrol gespeeld. Uiteindelijk is de 'herindelingskogel' definitief dor de kerk geschoten en hebben de herindelingen reeds plaatsgevonden. In deze paragraaf is kort aangestipt wat de aanleiding is geweest voor de gemeentelijke herindelingen in de Achterhoek en Liemers, en welke bezwaren er waren tegen deze herindelingen. Om echter de hele ontwikkeling na te lopen is een onderzoek op zich, en niet relevant voor dit onderzoeksrapport.

1.5 De doelstelling van het onderzoek

Het algemene doel van dit onderzoek is het evalueren van de gemeenteraadsverkiezingen van de gemeente Bronckhorst op 17 november 2004. Doordat het tussentijdse herindelingsverkiezingen waren, en er een opkomstbevorderende campagne is ingezet zijn er interessante doelstellingen aan te koppelen. Uit meerdere verkiezingsonderzoeken is gebleken dat de opkomst bij tussentijdse herindelingen aanzienlijk lager is dan bij reguliere gemeenteraadsverkiezingen (Boogers & Weterings, 1999; Depla & Tops, 1997). Verklaringen hiervoor kunnen zijn dat er geen landelijke aandacht is of dat scherpe politieke tegenstellingen ontbreken (Boogers & Weterings, 1999). Het eerste doel van dit onderzoek is het verklaren van de opkomstdaling aan de hand van motiveringen van de kiezers zelf. Zijzelf weten immers het best waarom ze niet zijn gaan stemmen.

Door het ontbreken van de landelijke aandacht is er vanuit de gemeente een opkomstbevorderende campagne gestart. Er zijn verschillende communicatiemiddelen ingezet om de opkomst te bevorderen. Vanuit de wetenschap is er reeds kritiek geweest op het nut van opkomstbevordering via communicatiemiddelen. Enkele onderzoeken hebben aangetoond dat de effecten opkomstbevorderende campagnes beperkt zijn (Kees, 1994; Stroosnijder, 1993; de Lannoy & Scholten; Husajina, 2002). Maar ook hierover zijn de meningen nogal verdeeld. Er zijn nog geen duidelijke richtlijnen en voorschriften over de werking van deze middelen. Zo wordt er iedere keer wel weer aandacht aan besteed, bijvoorbeeld door middel van stembuscommunicatie symposia (Publiek-politiek, 2005), en worden de middelen ook nog steeds op grote schaal ingezet (Husajina, 2002). Ook hier zal door middel van een kiezersonderzoek worden geprobeerd meer duidelijkheid te krijgen. Wanneer gemeenten meer kennis hebben over de werking van communicatiemiddelen, kunnen ze instrumenten in de toekomst efficiënter inzetten. Het tweede doel van dit onderzoek is achterhalen wat het bereik was van de campagne en in hoeverre deze opkomstbevorderend gewerkt heeft.

Op basis van bovenstaande bevindingen kan de volgende onderzoeksvraag worden afgeleid:

Wat zijn de motieven van burgers om wel of niet te gaan stemmen bij tussentijdse gemeenteraadsverkiezingen? En in hoeverre kunnen communicatiemiddelen de stemmingsopkomst beïnvloeden?

De vraagstelling behelst de volgende deelvragen:

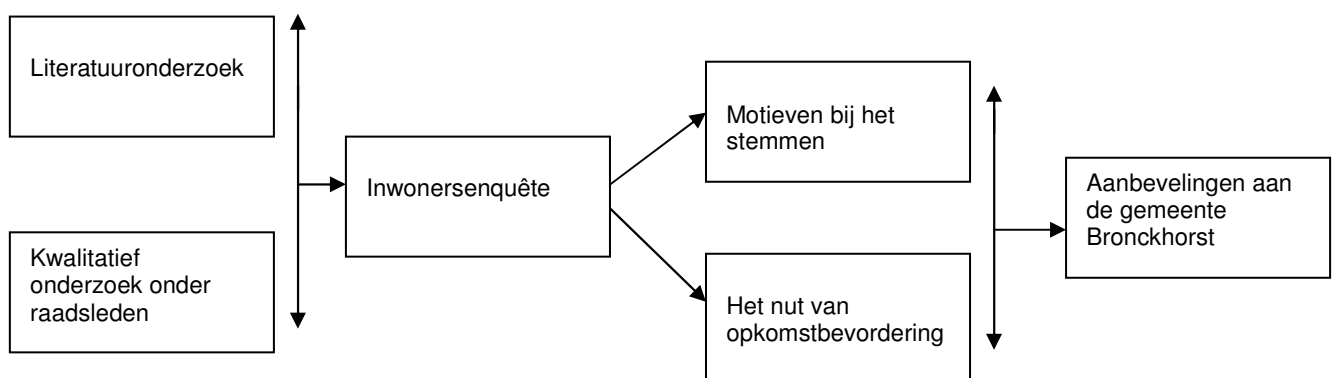
- **Welke motieven zijn er in de wetenschap reeds gevonden voor het wel of niet stemmen?**

- Welke motieven speelden bij de herindelingsverkiezingen in Bronckhorst een rol om wel of niet te stemmen?
- In hoeverre zijn de motieven van kiezers bij reguliere gemeenteraadsverkiezingen vergelijkbaar met tussentijdse herindelingsverkiezingen?
- Wat vonden de raadsleden van de opkomstbevorderende campagne en wat was naar hun mening de belangstelling?
- Wat vonden de burgers van de opkomstbevorderende campagne, en wat was het effect van de campagne?

1.6 Onderzoeksmethode

Het doel van het onderzoek is, het doen van aanbevelingen aan de gemeente Bronckhorst betreffende de invulling van een toekomstige verkiezingscampagne en tussentijdse activiteiten met de burgers. Hiervoor is er een probleemsigalerend onderzoek uitgevoerd. Er is onderzocht welke factoren van invloed zijn op het wel of niet stemmen van burgers, zodat aangegeven kan worden op welke punten communicatiemiddelen in de toekomst efficiënter kunnen worden ingezet.

Door middel van onderzoek in de literatuur, waarbij de nadruk is gelegd op stem motivaties en opkomstbevordering, en een onderzoek bij raadsleden is er een enquête opgesteld. Uit deze enquête en de verkregen theoretische kennis zijn er analyseresultaten verkregen. Hieruit zal blijken of en op welke manier burgers hun keuze om te gaan stemmen laten beïnvloeden. Op deze manier krijgt de gemeenteraad meer kennis over hoe zij zich moeten opstellen ten opzichte van de burgers. Door deze situatie te analyseren en uiteindelijk te koppelen aan de theoretische kennis en de uitkomsten van de enquête worden er aanbevelingen gedaan aan de gemeente Bronckhorst. De aanbevelingen zullen zich richten op welke wijze de gemeente in de toekomst, maar ook nu al communicatiemiddelen efficiënter kan inzetten



Figuur 1.1: Onderzoeksmodel

1.7 Opbouw van de scriptie

Er worden eerst een aantal ontwikkelingen geschetst ten aanzien van het electoraat. Daarna wordt ingegaan op een aantal achtergronden van stemmen en opkomst. Dit is nodig omdat een juiste beoordeling van de middelen en instrumenten van opkomstbevordering alleen zinvol is wanneer we meer weten van het probleem. Na een overzicht van factoren die een

rol spelen bij de opkomst bij de gemeenteraadsverkiezingen zal worden ingegaan op de verschillende maatregelen van opkomstbevordering. Opvolgend zal worden toegelicht hoe de verkiezingen in Bronckhorst zijn geëvalueerd. Aan de ene kant een campagne-evaluatie en aan de andere kant stellingen om verschillende attitudes te meten. Uiteindelijk zullen de resultaten van het onderzoek worden beschreven met de daaruit volgende conclusie. Tot slot worden op basis van de conclusie aanbevelingen gedaan aan de gemeenteraad van Bronckhorst.

HOOFDSTUK 2 THEORETISCH KADER

2.1 Inleiding

“Een pluriform communicatiebeleid start met de erkenning dat burgers en overheden verschillende relaties met elkaar aangaan. De Commissie Toekomst Overheidscommunicatie onderscheidt drie typen relaties of hoedanigheden waarin burgers met de overheid te maken hebben: als staatsburger (bestaande uit de rollen 'kiezer' en 'coproductent'), als klant en als onderdaan” (Rapport Wallage). In dit onderzoek staat de relatie staatsburger centraal en dan met name de verkiezingsrelatie.

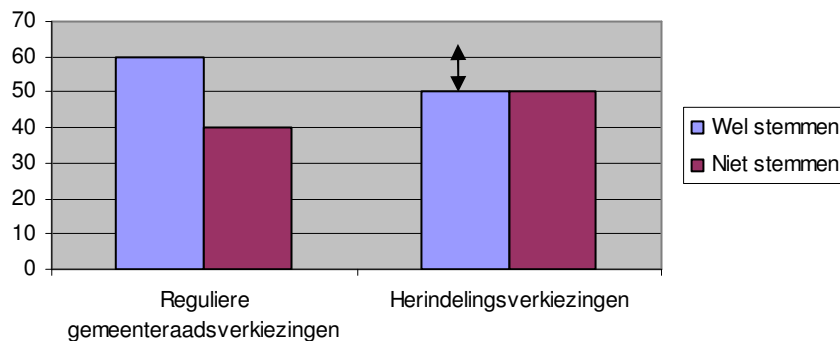
“De rol van de burgers als kiezer is de meest traditionele invulling van het staatsburgerschap. Sinds de democratiseringsbeweging van de jaren zestig en zeventig gaat het staatsburgerschap soms verder dan alleen het periodiek kiezen en controleren van vertegenwoordigers. Burgers krijgen steeds vaker de gelegenheid direct betrokken te worden bij de ontwikkeling van of besluitvorming over beleid. De achtergrond voor deze 'coproductie' of 'interactief bestuur' is gelegen in het feit dat het veel minder vanzelfsprekend is dan vroeger, dat door draagvlak in de vertegenwoordigende organen (gemeenteraad, Provinciale Staten, Staten-Generaal) ook maatschappelijk draagvlak ontstaat. Dat de gemeenteraad of de Kamers akkoord zijn gegaan met een beleids- of wetsvoorstel, betekent voor burgers en maatschappelijke organisaties niet vanzelf dat zij zich daarnaar zullen gedragen. Doorgaans blijken er voldoende ontsnappings- en bezwaarmogelijkheden die de mondige burger bereid is te gebruiken, zodat de effectiviteit van het beleid ondermijnd wordt. Maatschappelijk draagvlak moet, zo blijkt, telkens actief worden verworven. Interactieve beleidsvorming kan daaraan bijdragen. Andere redenen voor de overheid om burgers te betrekken bij de beleidsontwikkeling zijn de mogelijke verrijking van beleid en het activeren van burgers en maatschappelijke netwerken teneinde hen uit te dagen zelf de verantwoordelijkheid te nemen voor hun leefomgeving.” (Rapport Wallage)

Ondanks deze ontwikkeling naar interactieve beleidsvorming, lopen de opkomstpercentages bij verkiezingen de laatste paar jaren terug. De lagere opkomstpercentages zijn een mogelijke indicatie van de verslechtering van deze relatie. Steeds vaker proberen gemeenten manieren te bedenken om de contacten met burgers op dit gebied te herstellen. Een van deze manieren is de toepassing van opkomstbevorderende middelen. Voordat er echter een optimale samenstelling van middelen kan worden gegeven is het noodzakelijk om te weten, waarom mensen niet meer gaan stemmen. In de volgende paragrafen zal een theoretisch kader worden geschetst, waar daarom eerst wordt ingegaan op de verklaringen voor de opkomstdaling bij gemeenteraadsverkiezingen. Vervolgens wordt er uiteengezet welke modellen voor motieven er reeds zijn ontwikkeld en onderzocht. En tot slot biedt het theoretische kader theorieën met betrekking tot opkomstbevordering.

2.2 Verklaringen voor de lage opkomstcijfers bij gemeenteraadsverkiezingen

Voordat de juiste inhoud van opkomstbevordering kan worden bepaald is het noodzakelijk om meer inzicht te hebben op de visies die er bestaan over de verklaringen van de dalende opkomst. Zoals reeds is vermeld maakt niet iedereen zich even druk over de dalende trend van de verkiezingsopkomst. De verklaringen voor deze daling zijn daarom ook niet eenduidig. De een geeft aan dat er sprake is van een zekere kloof, waarbij burgers zich tegen de politiek en de politici keert. De ander noemt vooral desinteresse en tevredenheid als verklaringen voor de lage opkomstcijfers, hierbij kunnen verschillende benaderingen worden onderscheiden. Het doel van dit onderzoek is uiteindelijk te kunnen verklaren waarom er bij de meeste herindelingsverkiezingen sprake is van een incidentele daling van de opkomstpercentages.

Grafiek 2.1 Verschil in opkomstpercentages



Het is dus niet zozeer de bedoeling om een totale verklaring te vinden voor waarom mensen niet gaan stemmen. Het gaat er vooral om, dat kleine onbekende percentage wat bij de herindelingen niet komt stemmen te verklaren. (zie tabel 2.1) Hieronder worden de verschillende benaderingen besproken, daarbij zal worden aangegeven waarom ze wel of niet in dit onderzoek worden getoetst. Verklaringen die naar alle waarschijnlijkheid niet kunnen worden beïnvloed door de herindelingen, worden dan ook niet getoetst in dit onderzoek.

2.2.1 Sociologische benadering

Het antwoord op de vraag of iemand gaat stemmen of thuisblijft bij verkiezingen wordt beantwoord door een beeld te geven van wie er stemmen bij verkiezingen. Stemmers en thuisblijvers worden beschreven in termen van hun sociaal-economische factoren. Vanuit deze benadering kan een aardig profiel van een niet-stemmer geschetst worden. Zo blijken jongeren, lager opgeleiden, mensen met lagere inkomens, niet werkenden, mensen die niet religieus zijn en degenen die in grote steden wonen in mindere mate te stemmen dan hun tegenhangers (Smeets, 1994).

In deze benadering biedt de mate van integratie in de samenleving een verklaring. Onder groepen die sterk zijn geïntegreerd in de samenleving zal de opkomst op een hoger niveau liggen dan onder de groepen die een marginale positie in de samenleving innemen. De mate waarin een individuele kiezer zich onderdeel weet van de samenleving bepaalt het antwoord op de vraag of deze wel of niet gaat stemmen (Depla, Tops, Weterings & Boogers 1998)

In een ruimere interpretatie van de sociologische verklaring wordt ook aandacht gevraagd voor de meer culturele verbondenheid bij de gemeenschap. Herkennen mensen zich in die gemeenschap waar ze deel uit maken ('ik voel me een echte Bronckhorster'). Wanneer dit het geval is zullen mensen eerder geneigd zijn om te stemmen. Vooral etnische groepen die zich minder herkennen in de Nederlandse gemeenschap zullen daarom minder snel stemmen. (Depla et al.1998)

Wanneer vanuit deze benadering de opkomst in Bronckhorst verklaard wordt, zou dat betekenen dat de burgers door de nieuwe gemeente nog geen verbondenheid voelen met de gemeenschap. Jarenlang behoorden ze tot een kleine oeroude gemeente en nu behoren ze tot een gemeente die vijf keer zo groot is geworden. Het kan dus zijn dat mensen nog geen culturele verbondenheid voelen bij de gemeenschap, daarom zal deze verklaring ook worden meegenomen in de vragenlijst.

2.2.2 Sociaal psychologische benadering

Bij deze benadering legt men naast normen en waarden de nadruk op kennis, oordelen en houdingen ten aanzien van de politiek om het gedrag van kiezers te verklaren. Onderzoek in deze traditie heeft geleerd dat de twee belangrijkste voorspellers van het stemmen bij verkiezingen gevoelens van burgerplicht en binding met een partij zijn. Kiezers bij wie de norm leeft dat een goed burger hoort te stemmen en kiezers met een sterke partijbinding hebben een grotere kans te stemmen dan hun tegenhangers. Verder blijkt ook interesse van positieve invloed te zijn op het stemmen. Gevoelens van machteloosheid, wantrouwen, cynisme en vervreemding ten opzichte van de politiek verkleinen daarentegen de kans dat bij verkiezingen een stem wordt uitgebracht (Smeets, 1994).

De lage opkomst bij tussentijdse herindelingsverkiezingen verklaard vanuit deze hoek zou betekenen dat mensen door de herindelingen in toenemende mate gevoelens van machteloosheid, wantrouwen, cynisme en vervreemding hebben gekregen. Uit de kamerstukken is gebleken dat er nauwelijks draagvlak onder de bevolking was voor de herindelingen. In het geval van Bronckhorst zijn er vijf oeroude gemeenten tot een grote gemeente gemaakt. Het kan dus zijn dat mensen een gevoel van machteloosheid hebben doordat de gemeente nu zo groot is geworden. Of vervreemding, omdat mensen de nieuwe gemeenteraadsleden niet meer kennen. Ook deze benadering zal worden getoetst in de vragenlijst.

2.2.3 Politiek economische benadering

In de politiek-economische benadering gaat men van een radicaal andere invalshoek uit. De beslissing om te stemmen wordt hier beschouwd als een rationele afweging van kosten en baten. Wanneer de baten groter zijn dan de kosten zal een kiezer gaan stemmen. Indien de kosten echter hoger liggen, dan ziet een kiezer af van de gang naar de stembus. Baten kunnen bestaan uit het materiele voordeel dat een bepaalde partij lijkt te bieden vergeleken met concurrerende partijen. In een minder strikte interpretatie wordt tot de baten ook de psychologische voldoening gerekend die het stemmen oplevert en de afwezigheid van schuldgevoelens die het gevolg zouden zijn van niet-stemmen. Binnen deze politiek-economische benadering zijn er een aantal maatschappelijke ontwikkelingen die een rol spelen:

Afname tegenstellingen politieke partijen

Religieuze en ideologische bindingen, zoals die in Nederland tot uiting kwamen in de verzuiling, zijn steeds minder belangrijk voor de politieke standpunten van burgers. Ook politieke partijen ontlenen hun maatschappelijke positie minder dan voorheen aan een duidelijke herkenbare ideologie, die de verschillen met ander partijen markeert (Hendriks & Tops, 1998-19). Partijen zijn daarom steeds meer op elkaar gaan lijken. Daarbij is de positie van partijen aan vergaande verandering onderhevig. Politieke partijen lijken een belangrijk deel van hun vooraanstaande maatschappelijke positie te hebben verloren. Waren partijen vroeger een gezichtsbepalend onderdeel van de samenleving, tegenwoordig zijn ze veel meer onderdeel van het overheidsbedrijf geworden (Tops, 1994). Deze ontwikkeling heeft consequenties gehad voor het gedrag van kiezers. Kiezers brengen hun stem niet langer uit op basis van traditionele scheidslijnen zoals klasse of religie, maar op basis van een evaluatie van het gedrag van partijen en politici. De burger die zijn stem uitbrengt op een partij spreekt daarmee veel minder dan in het verleden, het vertrouwen uit in het programma van de partij, en beschouwt zijn stem ook niet langer als een onbeperkt mandaat aan de partij om namens hem prioriteiten te stellen en afwegingen te maken (Wille, 2000). Ook volgens van der Eijk (1993) ligt de oorzaak van de geringe opkomst bij gemeenteraadsverkiezingen in het feit dat mensen een gemeenteraad beschouwen als een

forum waarin politieke tegenstellingen er niet of nauwelijks toe doen. De gemeente vindt men zeker van belang, maar de gemeenteraad is slechts een forum voor het nemen van beslissingen, en die beslissingen worden toch wel genomen, of de partijen nu links, rechts of in het midden zitten. Het keuzepalet bevat geen politieke ideologieën meer, maar belangentegenstellingen.

Afname betrokkenheid en interesse bij burgers

Ook de afname van de politieke betrokkenheid bij burgers wordt vaak als verklaring gezien voor de daling van de opkomst. Toch blijkt uit het Nederlands Kiezers Onderzoek echter, dat de politieke interesse en betrokkenheid eerder steigt dan daalt. (Smeets, 1995; SCP, 1998; van Deth en Roosen, 1994). De VNG liet door het NIPO(1998) aan duizend mensen vragen stellen over het lokaal bestuur. Ook uit deze antwoorden blijkt dat de burgers zich weliswaar niet allemaal verdringen voor het stembureau, maar dat het gemeentebestuur er wel steeds meer toe doet. De meeste mensen zijn tamelijk geïnteresseerd in de lokale politiek. Er is meer betrokkenheid bij de lokale politiek, maar ook meer ontevredenheid. Ook Kock (1993) geeft in zijn artikel aan dat opkomst geen graadmeter is voor politieke interesse. Er is volgens hem geen kloof tussen de politiek en de burgers, maar tussen politici en burgers. De interesse voor de politiek neemt weer toe, maar de stembusopkomst wordt minder.

Bleke profiel van gemeenteraadsverkiezingen

Volgens Boogers en Weterings (1999) heeft de lage opkomst te maken met het bleke profiel van de politiek (politisering door dualisering). De politieke tegenstellingen moeten worden verscherpt het moet weer “ergens over gaan.” Het bleke profiel van de lokale politiek heeft niet alleen te maken met de afwezigheid van scherpe tegenstellingen maar ook met het gegeven dat de (media)aandacht vooral naar de Haagse politiek uitgaat. De gemeenteraadsverkiezingen verbleken bij het media en campagne geweld van de Tweede Kamerverkiezingen. Dit bleke profiel sluit ook aan bij de theorie van de second-order elections. Deze theorie geeft een beschrijving van verschillende soorten verkiezingen in een politiek systeem en geeft aan welke consequenties deze verschillen kunnen hebben voor zowel de opkomst als partijkeuze (Oppenhuis, 1995).

Binnen een land kunnen zogenaamde tweede-orde en eerst-orde verkiezingen worden onderscheiden. Het onderscheid tussen deze twee soorten verkiezingen is gebaseerd op de notie dat sommige politieke arena's belangrijker zijn dan andere. In het algemeen en over het geheel genomen wordt de nationale politieke arena als de belangrijkste gezien. Om die reden kunnen, voor de Nederlandse situatie, verkiezingen voor de Tweede Kamer worden aangemerkt als de eerste-orde verkiezingen. Andere verkiezingen binnen het Nederlandse politieke stelsel, zoals Gemeenteraads-, Provinciale Staten- en Europese verkiezingen, worden als minder belangrijk beschouwd, omdat zij niet direct van invloed zijn op de samenstelling van een regeringscoalitie. Dit leidt er toe dat er als het ware minder op het spel staat in zulke verkiezingen. Gunsteren en Andeweg (1994) zeggen hier over, als er echt iets op het spel staat, zoals bij Tweede Kamerverkiezingen, komen kiezers wel degelijk naar de stembus.

Mark Kranenburg (2004) wijdt hier ook de geringe belangstelling voor de Europese Politiek aan. “Waar de macht van de kiezer beperkt is, is ook de interesse beperkt. Er zijn geen hete politieke onderwerpen. Het gebrek aan spectaculaire thema's, onderwerpen die als het ware rechtstreeks aansluiten bij de belevingswereld van de gemiddelde kiezer, is dan ook de grootste handicap van het Europees Parlement.”

De theorie van het bleke profiel zegt dus dat mensen bij de gemeenteraadsverkiezingen te weinig op het spel vinden staan om hun stem uit te brengen. De gemeenteraadsverkiezingen worden niet belangrijk genoeg gevonden.

Er is geen reden om aan te nemen dat deze factoren een versterkte rol spelen bij herindelingsverkiezingen. En omdat het in dit onderzoek vooral gaat om het verschil tussen motieven bij reguliere en herindelingsverkiezingen wordt deze benadering daarom niet meegenomen in de vragenlijst.

2.2.4 Normatieve benadering

Als vierde is er de normatieve benadering; hoe sterk zijn de noties van democratisch burgerschap? Verondersteld wordt dat er bij verkiezingen een opkomst-norm bestaat. Een norm die luidt dat in een democratie kiezers gebruik horen te maken van hun stemrecht. De democratie en het stemrecht zijn verworvenheden, er is jarenlang voor gestreden. Het is dus een verplichting richting ouders en voorouders om te stemmen. Op grond van deze benadering wordt het begrijpelijk dat ouderen eerder kiezen dan jongeren.

Deze benadering wordt ook getoetst in de vragenlijst. Hier is het interessant om te kijken of mensen uit plichtsgevoel zijn gaan stemmen of dat er nog andere redenen waren voor mensen om te gaan stemmen. Door de herindelingsverkiezingen kunnen er ook gevoelens van protest hebben mee gespeeld.

2.2.5 Cognitieve benadering

De vijfde benadering die wordt onderscheiden is de cognitieve benadering; hoeveel politieke kennis en belangstelling bestaat er? De kennis van en de belangstelling voor de lokale politiek zijn in deze benadering bepalend voor de vraag of mensen gaan stemmen bij raadsverkiezingen. Voor mensen met weinig kennis van de lokale politiek wordt het moeilijk te volgen en zullen daarom minder snel gaan stemmen. Het verschil in de opkomst bij raads- en kamerverkiezingen kan ook in deze termen worden verklaard. Want uit onderzoek blijkt dat de interesse voor de 'Haagse politiek' groter is dan die voor de plaatselijke politiek. Dankzij de media hebben de meeste mensen meer zicht op de ontwikkelingen op en rond het Binnenhof dan dat zij hebben van de ontwikkelingen in de raadszaal.

Omdat het moeilijk is om de kennis van mensen te toetsen met behulp van een schriftelijke vragenlijst, wordt in dit onderzoek de interesse gemeten. Omdat er ook gegevens over interesse bij reguliere verkiezingen bekend zijn, is het interessant om te kijken of hier nog verschillen optreden.

2.2.6. Consumptieve benadering

Als zesde een consumptieve benadering, de tevredenheid over politiek, politici en beleid. Kiezers zijn in deze benadering consumenten van de politiek. Zij kiezen op basis van hun tevredenheid over de prestaties van politici. De oorzaak van de afnemende opkomst wordt gezocht bij de prestaties die het politiek systeem levert. De dalende opkomst indiceert een afnemende waardering bij kiezers voor deze prestaties.

Deze consumptieve benadering zal niet in dit onderzoek worden getoetst omdat er vorig jaar nog geen gemeente Bronckhorst was. Mensen konden dus ook nog geen mening vormen over de tevredenheid.

2.2.7. Verdringingsbenadering

De zevende benadering is de verdringingsbenadering; zijn er voldoende alternatieven om de mening te articuleren? Een groeiende maatschappelijke participatie biedt in deze redenering een verklaring voor de lagere opkomst bij de recente raadsverkiezingen. Mensen hoeven de gang naar de lokale stembus niet meer te maken om hun opvattingen kenbaar te maken aan

het gemeentebestuur. Actief zijn in een buurtorganisatie of deelname aan bijvoorbeeld een actie tegen de aanleg van een snelweg, zijn veel aantrekkelijker en effectiever dan het indrukken van het knopje van de stemcomputer.

Deze benadering wordt niet getoetst in dit onderzoek, omdat voor de herindelingsverkiezingen geen afwijkende resultaten ten opzichte van reguliere verkiezingen worden verwacht.

2.2.8. Organisatorische benadering

De organisatorische-benadering is de achtste benadering, de kiezer beschouwt zijn gemeente niet als een politiek lichaam waarin politici beslissingen nemen voor de lokale samenleving, maar als een bedrijf dat producten levert. Zonder dat aan die producten nu direct een politieke dimensie is verbonden. Is een paspoort liberaal of sociaal-democratisch? Levert een “paars” gemeentebestuur andere lantaarnpalen dan een college van PVDA, CDA en GroenLinks? Deze retorische vragen maken duidelijk dat indien de gemeentelijke organisatie wordt benaderd als een bedrijf, verkiezingen eigenlijk betrekkelijk zinloos zijn. Als veel mensen op die manier naar gemeenten kijken, is het begrijpelijk dat de opkomst bij verkiezingen beperkt blijft. Partijpolitiek is dan immers betrekkelijk irrelevant.

Ook deze benadering is erg algemeen en zal niet verschillend zijn bij herindelingsverkiezingen en reguliere verkiezingen. Het zal dus ook niet bijdragen aan de hoofddoel van dit onderzoek, namelijk er achter komen waarom de opkomstpercentages bij herindelingsverkiezingen een incidentele daling hebben. Deze benadering zal ook niet worden getoetst in dit onderzoek.

2.2.9. A-structurele benadering

Tot slot bij de laatste a-structurele benadering zijn toevallige factoren van belang. Er wordt verondersteld dat er geen structurele verklaringen zijn te geven voor de vraag of iemand wel of niet gaat stemmen. Het zijn vooral toevallige factoren die bepalend zijn voor het besluit om al dan niet te gaan stemmen. Hierbij valt te denken aan persoonlijke omstandigheden, zoals ziekte of een gebrek aan tijd. Het weer is een bekende toevallige factor. Als het toevallig regent op het moment dat mensen gepland hadden om de gang naar de stembus te maken, kan dat de doorslag geven in het besluit om niet te gaan. Hetzelfde kan gebeuren als iemand de verkiezingen vergeet, omdat er nauwelijks aandacht aan werd besteed door de media, of omdat die kiezer een zwaar tentamen moest afleggen. Vanuit deze benadering wordt het mogelijk de opmerkelijke schommelingen in de opkomst te verklaren. De ene keer zijn de toevallige factoren (zoals het weer en de aandacht van de media) gunstig voor de opkomst, terwijl ze een andere keer juist een ongunstig effect hebben op de opkomst.

De benaderingen die in dit onderzoek getoetst worden zijn:

- Sociologische benadering
- Sociaal psychologische benadering
- Normatieve benadering
- Cognitieve benadering

2.3 Profiel van stemmers en niet-stemmers

De vraag is nu natuurlijk in hoeverre worden deze benaderingen ondersteund door reeds uitgevoerde verkiezingsonderzoeken. Hieronder zal daarom worden geprobeerd om een profiel te schetsen van stemmers en niet-stemmers aan de hand van de literatuur. Hiervoor wordt een onderzoek gebruikt van Stichting Kiezers Onderzoek Nederland over de verkiezingen van 1994. Een onderzoek van het Sociaal en Cultureel Planbureau (Dekker, 2002) naar de verkiezingen van 1998 en 2002. En een onderzoek van de gemeenteraadsverkiezingen van 1994 in Nijmegen.

2.3.1 De Nederlandse Kiezer 1994

Als eerste zullen nu de benaderingen worden vergeleken met het kiezersonderzoek van Stichting Kiezers Onderzoek Nederland (1995). Het beeld dat uit de gegevens naar voren komt bevestigt deels de bekende onderzoeksresultaten. Bij de sociaal-economische factoren, valt om te beginnen op dat een groter percentage vrouwen heeft gestemd dan mannen. Het verschil wordt met name veroorzaakt doordat oudere vrouwen trouwer naar de stembus gaan dan oudere mannen. Het meest rechtlijnige verband was te zien bij de leeftijd. Naarmate een kiezer ouder wordt, neemt de kans toe dat hij of zij stemt. In buitenlands onderzoek wordt vaak een curvilineair verband aangetroffen, in de zin dat opkomst bij de oudste leeftijdsgroep weer wat afzwakt. De uitkomsten over de samenhang tussen geloofsovertuiging en kerkelijke gezindte en opkomst ondersteunen eveneens grotendeels het beeld dat in de loop der jaren is ontstaan. Niet-gelovigen stemmen minder vaak dan gelovigen, terwijl rooms-katholieken minder vaak stemmen dan protestanten. Er blijkt echter geen verband te zijn tussen de sociaal-economische status en het stemmen. Zo onderscheidt alleen de gewone arbeidersklasse zich van de andere klassen door een duidelijk lagere opkomst. Daarentegen stemmen kiezers met het laagste opleidingsniveau en uit de laagste inkomensgroep meer dan verwacht.

Wat zeggen opinies en attitudes ten aanzien van de politiek en verkiezingen over de kans dat kiezers stemmen? Weinig geloof in de eigen politieke competentie zorgt ervoor dat mensen minder gingen stemmen. De mate van politiek cynisme verschilt nauwelijks tussen de wel en niet-stemmers. Kiezers die niet politiek geïnteresseerd zijn, stemmen in veel geringere mate dan overige kiezers. Ook de mate van geloof in de responsiviteit van de politiek hangt samen met de kans dat men stemt.

2.3.2. Niet-stemmers

Ook Dekker (2002) heeft aan de hand van zijn kiezersonderzoek geprobeerd om kenmerken te schetsen van niet-stemmers. Hij kwam tot de conclusie dat de kans op niet-stemmers onder vrouwen iets groter is dan onder mannen. Ook vond hij dat de kans op niet-stemmers afneemt, naarmate het inkomens- en opleidingsniveau stijgt. Onder de mensen die niet werken of die gescheiden of verweduwd zijn, is de kans op niet-stemmers groter dan bij anderen. Tussen de verstedelijkheidsklassen zijn er nauwelijks verschillen. Bij de leeftijd is er sprake van een niet-lineair verband, de kans op niet-stemmers neemt niet af of toe met het ouder worden. Het verband lijkt op de vorm van een hoefijzer: de middengroep van 45-54-jarigen heeft de kleinste kans op niet-stemmers; naarmate de leeftijd afneemt of toeneemt, stijgt de kans op niet-stemmers.

Naast deze sociaal-demografische factoren heeft Dekker (2002) ook nog gekeken of er een relatie is tussen de opkomst en tevredenheid van mensen met hun eigen situatie. Het blijkt dat de kans dat iemand niet gaat stemmen groter wordt naarmate de tevredenheid daalt. De relatie tussen het algemene geluksgevoel en niet-stemmen is het grootst. Verder blijkt sociale isolatie van invloed te zijn op het niet-stemmen.

Tot slot is er geconcludeerd dat mensen die zich niet tot een kerkelijke gezindte rekenen of die slechts sporadisch een kerk bezoeken, minder vaak gaan stemmen dan frequente

kerkgangers. De kans dat iemand gaat stemmen die vrijwilligerswerk doet, lid is van verenigingen of uitgaat, is groter dan de kans dat iemand gaat stemmen die dit niet doet. Dit bevestigt het feit dat maatschappelijke betrokkenheid de kans om te gaan stemmen vergroot. Ook van invloed op het niet-stemmen is of iemand contact heeft met de familie, de burens, vrienden of kennissen. De kans op niet-stemmers is groter bij diegenen die zelden of nooit contact hebben met een van de drie groepen.

2.3.3. Kiezen in Nijmegen

Tot slot kan met de resultaten van het onderzoek van van Deth en Roosen (1994) ook een aardig profiel van een niet-stemmer worden geschetst. Uit hun onderzoek bleek dat mannen een grotere kans hebben om te gaan stemmen dan vrouwen. De kans om te gaan stemmen stijgt als, respectievelijk, de leeftijd, het opleidingsniveau of het inkomen van de respondent stijgt. Vooral onder de categorie jongeren (18-29 jaar) is de electorale kern relatief zeer gering. Daar tegenover staat dat de overgrote meerderheid van de ouderen, hoog opgeleiden en de mensen uit de hogere inkomensgroepen vrijwel zeker deelneemt aan de verkiezingen.

Ook zij hebben gekeken of de houdingen en opvattingen relateerde aan het wel of niet stemmen. Een cynische houding leidt tot het afzien van een tocht naar de stembus. Ook de mate van belangstelling voor de politiek is een motief om niet deel te nemen aan de verkiezingen. Het ontbreken van belangstelling voor de politiek zal voor de kiezer een reden zijn om niet te gaan stemmen. In de volgende tabel (2.2) is af te lezen in hoeverre de attitudes een bijdrage hebben geleverd aan de keuze om wel of niet te gaan stemmen. Deze attitudes worden ook in dit onderzoek gemeten, zodat de resultaten uiteindelijk met elkaar kunnen worden vergeleken.

Tabel 2.2 Uitkomsten van het onderzoek naar de gemeenteraadsverkiezingen in Nijmegen

Attitudes	Bijdrage van de motieven aan electorale absentie (R^2)
	<i>Gemeenteraadsverkiezingen Nijmegen 1994</i>
<i>Inzicht werking politiek systeem</i>	<i>0.035</i>
<i>Verlangde betrokkenheid</i>	<i>0.003</i>
<i>Vertrouwen in politiek</i>	<i>0.003</i>
<i>Politiek cynisme</i>	<i>0.010</i>
<i>Politiek zelfvertrouwen</i>	<i>0.031</i>
<i>Invloed</i>	<i>0.010</i>

Op basis van de drie beschreven onderzoeken kan het profiel van een niet-stemmer als volgt worden vastgesteld.

Tabel 2.3 Profiel niet-stemmer

- Lager inkomen
- Lagere opleiding
- Jongeren
- Niet werkend
- Niet religieus
- Gevoelens van machteloosheid, wantrouwen, cynisme en vervreemding ten opzichte van de politiek.
- Politiek ongeïnteresseerd

2.3.4 Kort overzicht van alle onderzoeken

Depla, Boogers e.a. (1998) geven in hun onderzoeksplan een overzicht van de waarde van de verschillende soorten verklaringen. Uit het kwantitatieve kiezersonderzoek blijkt tot nu toe dat er een aantal verklaringen voor de opkomst zijn waar geen grote waarde aan moet worden gehecht.

Dit geldt bijvoorbeeld voor de organisatorische verklaring. Weliswaar zijn kiezers die het belang van partijpolitiek op lokaal niveau ontkennen, relatief snel genegen af te zien van een gang naar de stembus. Het aantal kiezers dat de gemeente als een soort NV beschouwd is echter te klein om de lage opkomst bij raadsverkiezingen vanuit een organisatorisch perspectief te kunnen verklaren.

Het kwantitatieve kiezersonderzoek laat ook zien dat de consumptieve verklaring van relatief weinig waarde is om de opkomst bij raadsverkiezingen te verklaren. Tevredenheid is van weinig invloed op de vraag of iemand gaat stemmen of niet. Er bestaat slechts een licht verband tussen de mate van tevredenheid en de stemkans. Ook in de motieven van de thuisblijvers bij raadsverkiezingen nemen onvrede en teleurstelling niet een dominante plaats in.

Op grond van de resultaten van het kwantitatieve kiezersonderzoek kan de verdringingsverklaring van de opkomst worden verworpen. Die resultaten laten immers zien dat de maatschappelijke participatie op welke laagdrempelige wijze dan ook geformuleerd, niet in de plaats komt van het stemmen. Ze verdringt de electorale participatie niet, maar vult deze juist aan.

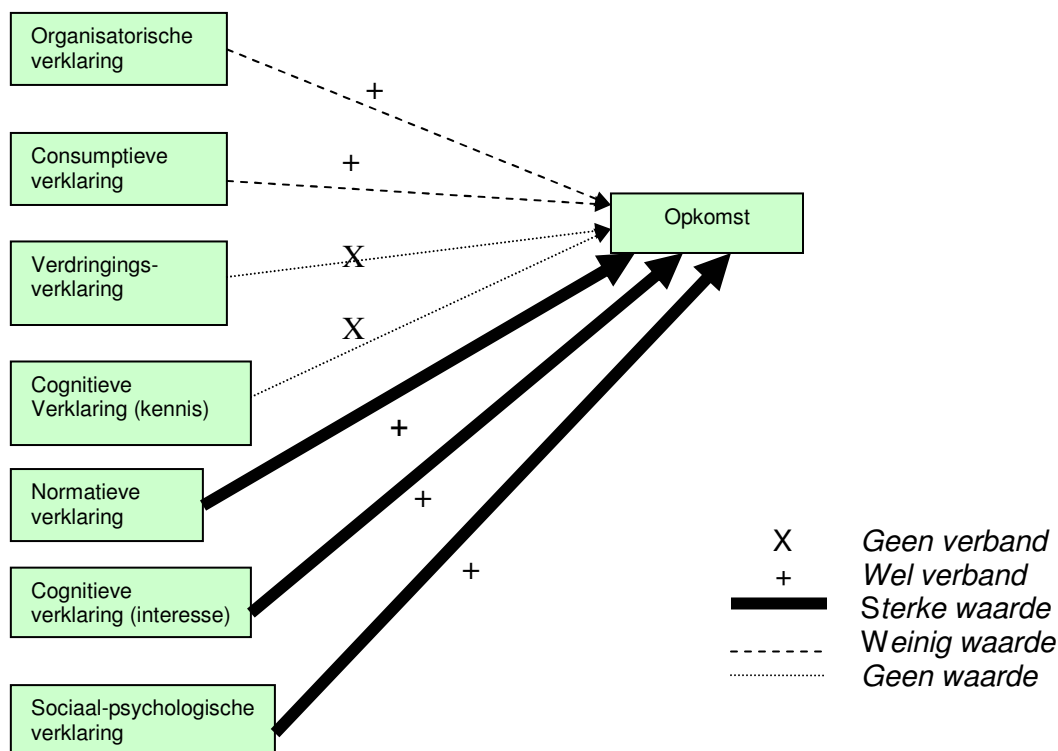
Het kiezersonderzoek laat voorts zien dat een deel van de cognitieve verklaring weinig waarde heeft. Het betreft het deel waarin de politieke kennis van burgers centraal staat. Kennis blijkt namelijk geen noodzakelijke voorwaarde te zijn om deel te nemen aan verkiezingen. Ook een groot deel van de kiezers zonder enige kennis van de lokale politiek, maakt bijvoorbeeld trouw de gang naar de stembus.

Naast de relativering van enkele verklaringen voor de opkomst, laten de uitkomsten van het kiezersonderzoek zien dat enkele andere verklaringen wel een zekere waarde hebben. Zo blijkt dat de noties van 'burgerschap' voor veel kiezers een drijfveer zijn om te gaan stemmen. Wanneer deze norm erodeert, vervalt een belangrijk stemmotief. En zal de opkomst verder dalen. De normatieve verklaring, waarin deze redenering centraal staat, snijdt dus hout.

Dit geldt ook voor een aspect van de cognitieve verklaring van de opkomst: de politieke interesse. Al het kiezersonderzoek maakt duidelijk dat er een duidelijke samenhang bestaat tussen interesse en stemmen. Met name wanneer het gaat over mensen die absoluut niet zijn geïnteresseerd in de lokale politiek. Deze blijven relatief vaak weg. Bij alle andere groepen is het verband overigens zo goed als afwezig. Een klein beetje interesse in de politiek blijkt vaak al voldoende voor kiezers om de gang naar de stembus te maken.

Ten slotte maken de resultaten van het kwantitatieve kiezersonderzoek duidelijk dat de sociaal-psychologische verklaring van de opkomst betekenis heeft. Het vertrouwen in de politiek heeft een zekere invloed op de kans dat iemand gaat stemmen. Hierbij gaat het met name om het politiek zelfvertrouwen van kiezers. Het gevoel dat men in zeker mate invloed kan uitoefenen op de politieke arena. Mensen met veel van dit zelfvertrouwen gaan eerder stemmen dan degene die dit vertrouwen missen.

Fig. 2.4 Overzicht van de waarde van de verklaringen



Zoals al eerder is vermeld zullen in dit onderzoek de onderste drie verklaringen worden getoetst en daarnaast nog de sociologische verklaring.

2.4 Herindelingsverkiezingen

2.4.1. Waarom zijn herindelingsverkiezingen anders?

In de vorige paragraaf is geprobeerd een profiel te schetsen aan de hand van verkiezingsonderzoeken. Het betrof hier verkiezingsonderzoeken bij reguliere landelijke gemeenteraadsverkiezingen. In Bronckhorst was er echter een tussentijdse herindelingsverkiezing. Gemeentelijke herindelingen leiden tot verkiezingen voor de raad van de nieuw te vormen gemeente. De laatste decennia zijn deze 'herindelingsverkiezingen' vrijwel nooit gelijktijdig georganiseerd met reguliere raadsverkiezingen. Ze zijn daarmee te beschouwen als concrete voorbeelden van gespreide raadsverkiezingen. De herindelingsverkiezingen hebben zich immers altijd onttrokken aan de uniforme nationale verkiezingsdatum. De betekenis van de spreiding van de verkiezingsdatum voor de opkomst en de mate van nationalisering kan daarom worden getoetst aan de hand van de ervaringen bij de herindelingsverkiezingen. Vertonen deze verkiezingen systematisch afwijkingen wat betreft hoogte van de opkomst of uitkomst? Uit een onderzoek van Depla en Tops (1997) is gebleken dat er wel degelijk systematische afwijkingen zijn waar te nemen. Eerst hebben zij verkiezingsuitslagen geanalyseerd van gemeenten die de laatste twee decennia betrokken zijn geweest bij een herindeling. Om ook uitspraken te kunnen doen over het gedrag van individuele kiezers zijn er exit polls, georganiseerd door de sectie Bestuurskunde van de KUB, onder de loep genomen. "Dit dubbele onderzoek naar de herindelingsverkiezingen heeft het voordeel dat niet geabstraheerd hoeft te worden dan de specifieke Nederlandse politieke instituties en cultuur. De realiteitswaarde van deze analyses is dus betrekkelijk groot." Tegelijkertijd moet worden gerealiseerd dat de herindelingsverkiezingen zich in een opzicht duidelijk onderscheiden van gespreide raadsverkiezingen. Herindelingsverkiezingen zijn immers georganiseerd naar aanleiding van een specifieke gebeurtenis; de opheffing of herindeling van een gemeente. Omdat dit nogal eens gepaard gaat met emoties in de gemeenschap, kunnen herindelingsverkiezingen doorgaans nogal wat extra kiezers

mobiliseren. Bovendien kan van de herindeling een specifieke invloed uitgaan op het stemgedrag van kiezers.

2.4.2 Opkomstverwachtingen bij herindelingsverkiezingen

Over de betekenis van gemeentelijke herindeling op de opkomst bij verkiezingen kunnen volgens Depla en Tops (1997) verschillende verwachtingen bestaan. Zo kan worden verondersteld dat de opkomst bij deze verkiezingen eenmalig zal toenemen, doordat de herindeling een concreet lokaal onderwerp is waarover de kiezer zich voor zijn of haar gevoel kan uitspreken. De inzet bij herindelingsverkiezingen is daarom relatief groot. Weliswaar is de beslissing over de herindeling reeds gevallen ten tijde van de verkiezingen, maar kiezers kunnen de stembusstrijd aangrijpen om hun oordeel over de herindeling te geven. Bij volgende reguliere verkiezingen zullen zij dit veel minder ervaren en zal de opkomst dus weer terugvallen naar het vertrouwde niveau bij raadsverkiezingen.

In een tweede veronderstelling wordt verwacht dat de opkomst bij de herindelingsverkiezingen zal dalen in vergelijking met de voorafgaande reguliere verkiezingen. De afstand tussen burger en bestuur is groter geworden. Kiezers kennen de kandidaten niet langer persoonlijk. De gemeente komt fysiek en psychisch op een grotere afstand te staan. Hierdoor zullen burgers gemakkelijker afzien van hun stemrecht. Bij de volgende reguliere verkiezingen zal de opkomst zich ook niet meer herstellen. De opkomst zal na de herindelingen dus op een blijvend lager niveau landen.

Er kan echter ook worden verwacht dat de herindelingsverkiezingen voor een eenmalige verlaging van de opkomst zorgen. De tussentijdse verkiezingen zullen immers minder in het teken van de landelijke politiek staan. Zeker in de gevallen waar een kleine groep kiezers de gang naar de stembus mag maken, zullen landelijke politici en landelijke media minder belangstelling hebben voor deze verkiezingen. Waar de landelijke aandacht wegvalt, zal de opkomst dalen. Bij de volgende reguliere raadsverkiezingen zal vervolgens weer een stijging van de opkomst waarneembaar zijn; de lokale verkiezingen kunnen zich dan immers weer koesteren onder de nationale 'zon' van aandacht.

In een vierde veronderstelling wordt verwacht dat de opkomst niet of nauwelijks wordt beïnvloed. Veel kiezers hebben een intrinsiek motief om de gang te maken naar de stembus. En dit motief wordt niet beïnvloed door herindeling of door het feit dat lokale verkiezingen veel of weinig aandacht krijgen van landelijke politici of media.

Ten slotte zou kunnen worden verwacht dat de herindeling leidt tot een structurele verhoging van de opkomst. In eerst instantie vergroot herindeling de inzet van verkiezingen. Dit stimuleert de opkomst. Op dat niveau zal de opkomst zich dan min of meer handhaven, bijvoorbeeld vanwege het feit dat de institutionele importantie van het grotere gemeentebestuur is toegenomen, omdat de politieke concurrentie is toegenomen of omdat de verschillen tussen de partijen duidelijker naar voren komen.

2.4.3 Werkelijke opkomst bij verkiezingen

Aan de hand van de opkomstcijfers in de 114 gemeenten die vanaf het begin van de jaren zeventig tot aan begin 1996 zijn 'ontstaan' door herindeling, kan iets worden gezegd over de werkelijke opkomst. Als naar de ontwikkeling van de opkomstcijfers wordt gekeken, blijkt dat het overgrote deel van deze gemeenten voldoet aan de derde veronderstelling (Depla & Tops, 1997). De tussentijdse herindelingsverkiezingen hebben in bijna 66% van de gemeenten geleid tot een incidentele daling in de opkomst. In 18% van de gemeenten gaat de herindeling samen met een structurele daling van de opkomst. Van een incidentele stijging van de opkomst bij de tussentijdse verkiezingen is in 10% van de gemeenten sprake. In deze gemeenten lijkt de herindeling mensen dus extra te motiveren om de gang naar de

stembus te maken. Bij herindelingsverkiezingen lijkt de opkomst een incidentele dip te kennen. Ook in Bronckhorst is er sprake van een dip van 8.4%, er kan nog niet worden vastgesteld of deze incidenteel is.

2.4.4. Stemmotieven bij herindelingsverkiezingen

De opkomstpercentages bij tussentijdse verkiezingen zijn dus in de meeste gevallen lager. Hiervoor worden verschillende redenen genoemd, zoals het ontbreken van landelijke aandacht. Er is echter nog betrekkelijk weinig onderzoek gedaan naar de motieven en attitudes bij herindelingsverkiezingen. Is de structureel lagere opkomst geheel te verklaren door het ontbreken van de landelijke aandacht, of zijn er nog andere verborgen verklaringen te vinden. Misschien wijkt het profiel van een niet-stemmer wel af van het profiel van een niet-stemmer bij reguliere verkiezingen.

Een onderzoek dat aandacht heeft geschonken aan deze speciale vorm van gemeenteraadsverkiezingen is het onderzoek van Boogers en Weterings (1999), Brabantse raadsverkiezingen als laboratorium. Zij hebben vijf jaar lang verkiezingen in Brabantse steden geanalyseerd. Hierbij zaten ook twee herindelingsverkiezingen. Naast de verkiezingsanalyse hebben zij ook exit polls gehouden. Een exit poll is een verkiezingsonderzoek waarbij de kiezers na het uitbrengen van hun stem worden ondervraagd. Electorale verschuivingen en de beweegredenen van de kiezer kunnen hierdoor duidelijk in beeld worden gebracht. Om een beeld te krijgen van de overwegingen van kiezers om op een bepaalde partij te stemmen, is in de exit polls gevraagd door wat voor motieven zij zich hebben laten leiden bij het uitbrengen van hun stem. Waren dat vooral lokale motieven? Of lieten de kiezers zich bij het uitbrengen van een stem vooral leiden door een indruk of beoordeling van de landelijke politiek? Conclusies van dit onderzoek waren: Bij tussentijdse gemeenteraadsverkiezingen door herindelingen zijn de opkomstcijfers over het algemeen lager. Als herkenbare politieke tegenstellingen de inzet vormen van de verkiezingen, neemt de opkomst toe. Kiezers laten zich bij gemeenteraadsverkiezingen vooral leiden door lokale motieven. De extreem lage opkomstcijfers bij herindelingsverkiezingen laten zien dat spreiding van raadsverkiezingen een negatieve invloed heeft op de verkiezingsopkomst. De meerderheid van de mensen, bij herindelingsverkiezingen, gaf aan dat de herindelingen een rol heeft gespeeld bij hun stemkeuze.

Bij dit onderzoek is er dus gekeken naar motieven van de stemmers. Juist omdat de opkomst structureel lager ligt bij herindelingsverkiezingen is het nuttig om meer te weten te komen over de niet-stemmers.

Ook Janssen en Kerff (1995) hebben zich verdiept in gemeentelijke herindelingen, zij hebben Gemeente Landgraaf hiervoor onder de loep genomen. De resultaten van hun onderzoek concludeerden het volgende: Politici blijken onder omstandigheden vrij gemakkelijk over de oude gemeentegrenzen te kunnen heen stappen. Kiezers blijken echter veel meer moeite dan politici te hebben om over de grenzen te kijken.

Het valt niet mee om op basis van bestaande literatuur een profiel te schetsen van niet-stemmers bij herindelingsverkiezingen. Tot nu toe zijn er vooral verkiezingsuitslagenonderzoeken geweest, en individuen onderzoek naar mensen die wel gestemd hebben. In dit onderzoek zijn daarom zowel stemmers als niet-stemmers benaderd.

2.5 Opkomstbevordering

2.5.1 Opkomstbevorderende maatregelen.

Als reactie op de dalende trend van de verkiezingsopkomst passen verschillende gemeenten opkomstbevorderende maatregelen toe. Dit houdt in dat er instrumenten en maatregelen

worden ingezet die kiezers weer naar de stembus kunnen lokken. Om een juiste beoordeling van de middelen en instrumenten van opkomstbevordering is het noodzakelijk duidelijk voor ogen te hebben wat het probleem is. In voorgaande paragrafen is daarom het probleem uitgebreid besproken. Husjina (2001) maakt een traditionele driedeling bij opkomstbevorderende middelen; de wettelijke, financiële en sociale beleidsinstrumenten.

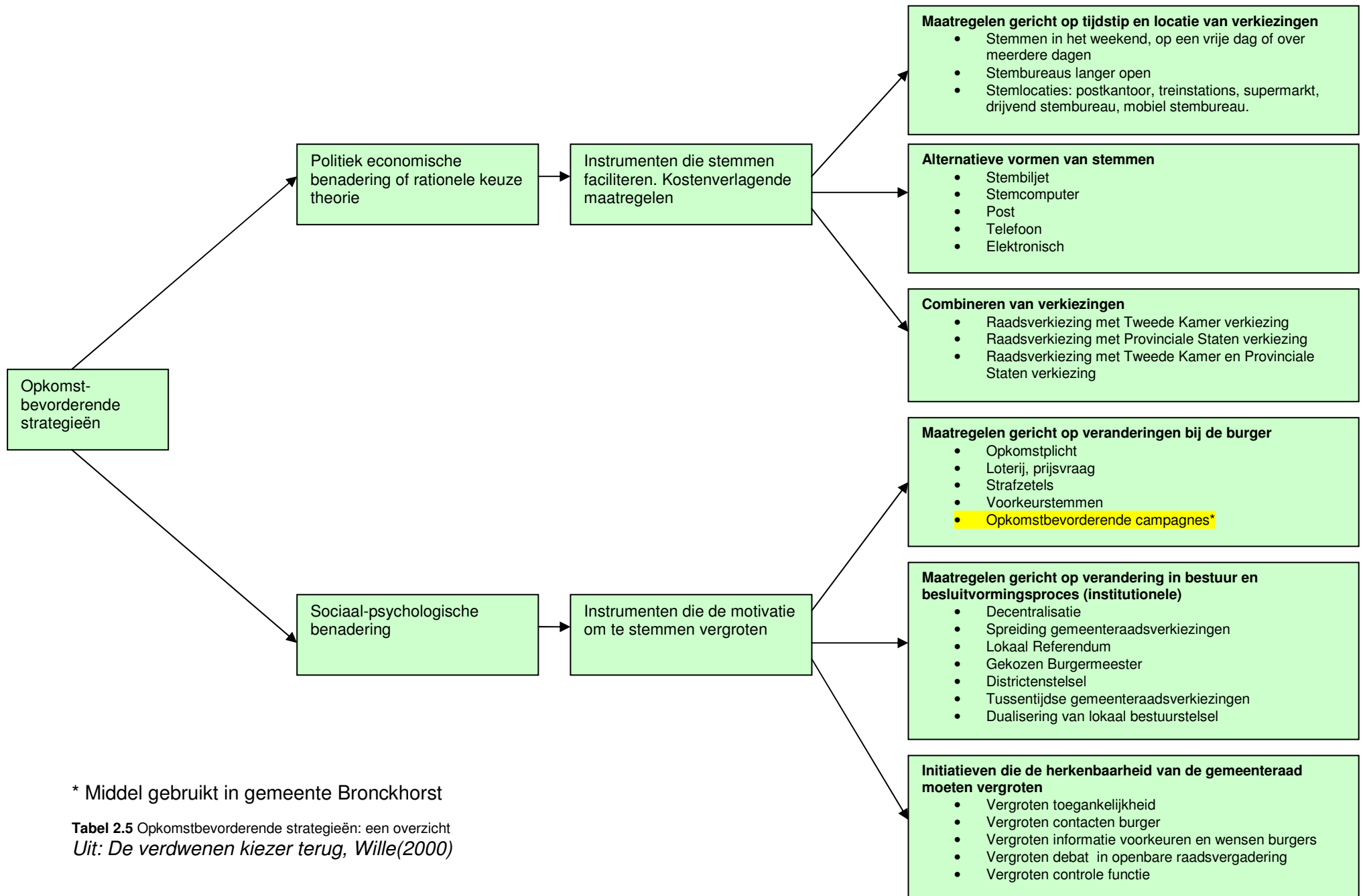
Wille (2000) hanteert een uitgebreidere indeling die aansluit bij de verschillende theorieën over de motieven van stemmers. Naast deze indeling heeft hij ook een uitgebreide inventarisatie gemaakt van de opkomstbevorderende maatregelen die in de loop der jaren zijn bedacht en toegepast. Deze indeling met bijbehorende inventarisatie zal hieronder worden besproken.

2.5.2 Middelen die de 'gelegenheid' om te stemmen vergroten of de 'kosten' van het stemmen verkleinen.

In de politiek-economische, of rationele keuze theorie wordt de overweging wel of niet te gaan stemmen opgevat als een activiteit die gevoelig is voor de baten, de kosten en de gelegenheid om te stemmen. Hoewel de verklaringskracht van dit model beperkt wordt geacht, bieden de verschillende elementen uit de theorie een bruikbaar ordeningskader op de verschillende instrumenten van opkomstbevordering in te delen. Om de opkomst bij de verkiezingen te bevorderen kunnen soorten van instrumenten worden onderscheiden die zich richten op elk van de elementen in het rationele keuze model. Er zijn instrumenten die gericht zijn op het verlagen van de kosten van het stemmen; er zijn maatregelen die de gelegenheid om te gaan stemmen vergroten; en tenslotte, zijn er ook strategieën gericht op het vergroten van de baten van het stemmen.

- Maatregelen gericht op het tijdstip en locatie van de verkiezingen

De indruk bestaat dat als de verkiezingen in een weekend worden gehouden en stemlokalen langer open zouden zijn dat dan gemiddeld meer kiezers zouden gaan stemmen. Uit een onderzoek van Black (1991) blijkt er echter geen relatie te zijn tussen de hoogte van de opkomstcijfers en het aantal uren dat er gelegenheid was tot stemmen. Ook uit het NKO onderzoek van Aarts (1999) blijkt dat verkiezingen op andere dagen bijvoorbeeld in het weekend niet opkomstverhogend werken. Een andere mogelijkheid voor het vergroten van de gelegenheid tot stemmen ligt in de locatie waar mensen kunnen stemmen. Normaal gesproken stemt men in een stembureau in de buurt waar men woont. Maar de stemgelegenheid zou kunnen worden vergroot door ook stemmen in andere wijken, andere gemeenten, supermarkten, bus of treinstations, postkantoren of op de werkplek mogelijk te maken. Ook hier laat het onderzoek van Aarts (1999) zien dat er zeer weinig (8%) respondenten een voorkeur heeft voor een andere locatie dan de eigen buurt voor het uitbrengen van de stem. Verder is er ook nog een mogelijkheid om mobiele stembureaus in te zetten als aanvullende voorziening op vaste stembureaus om het stemmen voor gehandicapten en oudere kiezers te vergemakkelijken. Ook hier wordt het opkomstbevorderende effect betwijfeld, omdat mensen een kiezerspas moeten hebben.



* Middel gebruikt in gemeente Bronckhorst

Tabel 2.5 Opkomstbevorderende strategieën: een overzicht
Uit: De verdwenen kiezer terug, Wille(2000)

- Alternatieven vormen van stemmen

Wille (2000) geeft aan dat naast het stemmen met een stembiljet of het stemmen per computer er nog andere manieren zijn waarop kan worden gestemd. Zo zou men ook kunnen stemmen per post. Dit is nu al mogelijk voor kiesgerechtigden die in het buitenland wonen. Daarnaast behoort stemmen per telefoon en stemmen per computer thuis tot de mogelijkheden. Om de laatste mogelijkheid te propageren is recentelijk het Platform Electronisch Stemmen (PELS) opgericht. Stemmen per post, via de telefoon of per computer kunnen de kosten van de gang naar de stembus opheffen. Svensson en Aarts (2001) zetten echter zeer grote vraagtekens bij het internet stemmen. Volgens hun is het technisch niet haalbaar om een waterdicht systeem te bedenken, waarbij niet gefraudeerd kan worden. Ten tweede denken zij dat door internet stemmen er een vertekening van de bevolking zal ontstaan. "Iedereen die op kantoor of thuis een computer met internetaansluiting heeft, kan gemakkelijk zijn stem uitbrengen en doet dat ook. Ieder ander - geen kantoorbaan, geen kennis van of toegang tot internet, ouderen - moet door weer en wind naar het stembureau, dat inmiddels wegens de invoering van stemmen via het internet op vijf kilometer afstand ligt, en ziet er dus maar vanaf. Is dat de democratie die we willen?" (Svensson & Aarts, 2001). Toch brengt informatisering volgens Saris, Neijens en De Ridder (1992) 'participatie binnen ieders bereik'. Het stemmen hoeft zo ook niet beperkt te blijven tot vier jaarlijkse stemmingen. Door informatisering kunnen burgers meer en gemakkelijker betrokken worden bij politieke menings- en besluitvormingsprocessen.

- Combineren van verkiezingen

Het organiseren van gemeenteraadsverkiezingen en nationale verkiezingen op 1 dag zou volgens Wille (2000) opkomstverhogend kunnen werken. Doordat de kiezer slechts een keer de gang naar de stembus hoeft te maken verlaagt deze maatregel de kosten om te gaan stemmen. De opkomst van minder populaire verkiezingen kunnen verder op deze wijze kunstmatig worden verhoogd door ze te koppelen aan 'belangrijkere verkiezingen', waardoor burgers eerder naar de stembus gaan.

2.5.3. Maatregelen die de motivatie om te stemmen vergroten.

Een tweede groep opkomstbevorderende maatregelen die Wille (2001) onderscheidt zijn maatregelen die de motivatie om te stemmen vergroten. "Maatregelen die de gelegenheid vergroten om te stemmen of de kosten verlagen, veranderen niets aan de motivationele belemmeringen die kunnen bestaan om te gaan stemmen. Zij verhogen niet de interesse, het vertrouwen en het belang van de lokale politiek. Maatregelen, die gericht zijn op het vergroten van de motivatie van de kiezer en die ervoor kunnen zorgen dat participatie in verkiezingen weer als een betekenisvolle aangelegenheid wordt gezien, lijken dan ook zinvoller." Hij onderscheidt hierbij twee typen van maatregelen; aan de ene kant zijn er instrumenten die kunnen worden ingezet om de interesse en invloed van de burger te vergroten; aan de andere kant zijn er maatregelen die de kwaliteit van het lokale besluitvormingsproces kunnen verbeteren.

- De volgende maatregelen zijn gericht op de burger:
 - *Herinvoering van de opkomstplicht*
 - *Strafzetels*
 - *Opkomstbevorderende campagnes:*
Verschillende gemeenten hebben in de aanloop van de verkiezingen van 1994 en 1998 opkomstbevorderende campagnes georganiseerd. Door middel van speciale campagnemiddelen wordt geprobeerd de opkomst te verhogen. De campagnes variëren van informerende publiekscampagnes tot aan specifieke motiverende campagnes veelal voor specifieke doelgroepen. Daarbij worden vooral klassieke middelen ingezet, zoals het plaatsen van advertenties in de huis-aan-huisbladen en het uitzenden van spotjes op de radio en televisie en

het organiseren van verkiezingsbijeenkomsten. De resultaten van de meeste van deze campagnes lijken vooralsnog beperkt.

- De volgende maatregelen zijn gericht op bestuur en besluitvormingsproces:
 - *Spreiding van de gemeenteraadsverkiezingen*
 - *Lokale referenda*
 - *Grotere invloed voorkeurstemmen*
 - *Decentralisatie*
 - *Het vergroten van de herkenbaarheid van de lokale politiek:*
 De gemeenteraad is niet alleen een bestuurlijk orgaan, maar is ook de lokale volksvertegenwoordiging. Als volksvertegenwoordiging is de raad een schakel tussen burger en bestuur. Om deze functie waar te kunnen maken moet de raad gericht zijn op de wensen, verlangen en behoeften die onder de bevolking leven. Met andere woorden de bevolking moet zich vertegenwoordigd voelen door de raadsleden. In discussies over de volksvertegenwoordigende rol van raadsleden wordt vaak gesproken over de afstand tussen burgers en bestuur. Deze afstand zou zo groot zijn dat kiezers nauwelijks nog worden gerepresenteerd in de lokale democratie. De gebrekkige representatie komt op drie manieren tot uitdrukking (Depla, 1995). Door een eenzijdige samenstelling van gemeenteraadsleden; doordat burgers niet bekend zijn met de spelers en de inzet van de gemeenteraadsverkiezingen; door de geslotenheid van het politieke systeem: in de ogen van de burgers zijn lokale politici niet op de hoogte van en eigenlijk niet geïnteresseerd in de opvattingen en wensen van de burger. De gebrekkige representatie wordt als een groot probleem van de lokale democratie ervaren. In veel gemeenten wordt dan ook gezocht naar nieuwe procedures en initiatieven om de politieke vertegenwoordiging herkenbaarder en responsiever te maken (Depla 1995).

Tabel 2.6 Initiatieven om volksvertegenwoordigende rol van gemeenteraad te verbeteren	
Tribunalen Rondetafelgesprekken	<i>Verbeteren toegankelijkheid door het houden van debatten en gesprekken om discussie en besluitvorming te structureren</i>
Op de koffie-projecten Wijkdagen, wijkschouwen	<i>Verbeteren contacten burgers en bestuurders en communicatie te bevorderen</i>
Stadsgesprekken Omnibus-enquêtes Stadsraadpleging	<i>Verbeteren informatie over wensen en opvattingen van burgers.</i>

De instrumenten die gebruikt worden om de toegankelijkheid, herkenbaarheid en de responsiviteit te vergroten vereisen geen institutionele veranderingen. Het gaat hier om het versterken van de externe oriëntatie van de gemeenteraad.

In Bronckhorst is gebruik gemaakt van een opkomstbevorderende campagne. Met behulp van een politieke karavaan, lijsttrekkersdebatten, belronde en extra aandacht in de lokale weekbladen, is geprobeerd om burgers te motiveren om te gaan stemmen.

2.5.4. Moeilijkheden bij evaluatie opkomstbevorderende middelen

De inzet van opkomstbevorderende middelen kost gemeenten veel tijd en geld. In de loop der jaren is er daarom al enig onderzoek gedaan naar het effect van deze opkomstbevorderende middelen. Toch zijn er tot nu toe geen heldere richtlijnen voor de effectiviteit van opkomstbevorderende middelen.

Een eerste groot probleem bij het beoordelen van maatregelen van opkomstbevordering is dat veel van deze instrumenten veelal terug komen in de discussie over bestuurlijke en politieke vernieuwing, maar dat ze niet of nauwelijks zijn toegepast (Wille, 2000). Een duidelijke evaluatie van de inzet van dit soort instrumenten, van het effect en de effectiviteit van de instrumenten blijkt in veel gevallen te ontbreken. Buiten een beschrijving van de pro en contra's van dit soort middelen is er daarom ook geen duidelijk empirische basis om definitief te zeggen of en hoeveel effect deze verschillende maatregelen sorteren.

Daarnaast zal het in evaluatie onderzoek niet makkelijk zijn een zuiver beeld te krijgen van het effect van het instrument (Swanborn, 1999). In veel gevallen is de hoogte van de opkomst moeilijk rechtstreeks en ondubbelzinnig aan de inzet van de instrumenten te koppelen zijn. De instrumenten worden immers toegepast in een bepaalde context. In die context spelen een groot aantal factoren een rol: de specifieke sociale samenstelling van het electoraat, de politieke houdingen en voorkeuren van het electoraat, de problemen en strijdpunten die spelen in de lokale politiek, de kandidaten en lokale partijen in de verkiezingsarena, de verkiezingscampagne, en ook de bestuursstijl en politieke cultuur in een gemeente. Al deze factoren zijn van groot belang omdat ze op zich zelf de opkomst kunnen beïnvloeden, of er nu wel of niet opkomstverhogende instrumenten worden ingezet. Daarnaast is het heel goed mogelijk dat door de afwezigheid van bepaalde condities in een context een opkomstverhogend instrument niet werkt, zwakker werkt, of juist sterker werkt. Het effect van het instrument is dan afhankelijk van factoren in de context. Het langer openhouden van de stembureaus zal bijvoorbeeld een succes kunnen zijn in een wijk met veel tweeverdieners, maar bijvoorbeeld geen enkel effect kunnen hebben op de opkomst bij verkiezingen in een wijk met veel ouderen.

Tot slot is het volgens Wille (2000) bij de beoordeling van een instrument uiterst belangrijk om de aard van het probleem goed in kaart te brengen. Waar ligt het niet stemmen nu aan? Is het een gebrek aan informatie of kennis van de politiek; is het een gebrek aan tijd of toegankelijkheid; of is het een gebrek aan motivatie. Dit is van groot belang voor de beoordeling en de toepassing van de verschillende instrumenten. Immers wanneer een grote groep van de kiesgerechtigden geen enkele belangstelling voor politiek toont dan zal een ruimere openstelling van de stembureaus geen zinrijk instrument zijn om de opkomst te bevorderen. Zo zal bijvoorbeeld het mogelijk maken van elektronisch stemmen vooral die groepen, die toch al niet ondervertegenwoordigd waren, extra gelegenheid geven om te stemmen (zoals hoger opgeleiden).

2.5.5. Het nut van opkomstbevordering

Van het onderzoek dat tot nu toe is gedaan naar het nut van opkomstbevordering zal hieronder een overzicht worden gegeven.

Husajina (2002) heeft onderzocht hoe verschillende grote gemeenten in Nederland hebben gereageerd op de lage opkomstcijfers bij gemeenteraadsverkiezingen. Ze heeft een inventarisatie gemaakt van de middelen en instrumenten die zijn ingezet om de opkomst bij verkiezingen te verhogen, en de effecten hiervan. Van de 61 benaderde gemeenten zijn er vervolgens zes geselecteerd op basis van de ingezette middelen en instrumenten ter bevordering van de verkiezingsopkomsten bij de gemeenteraadsverkiezingen van 1994 en 1998. Uit de empirische gegevens bleek geen van de ingezette middelen een vorm van plicht of financiële beloning in zich te hebben. Dat betekent dat de communicatie en het met informatie bewegen of overhalen tot bepaalde actie het enige 'wapen' is van de gemeenten. De intensiteit van de opkomstbevorderende campagnes verschilt bij de verschillende gemeenten. Kennis, houding en gedrag komen bij alle zes gemeenten aan de orde. Sommige leggen de nadruk op kennisvermeerdering en attitudebeïnvloeding, terwijl andere juist de directe aanpak prefereren. Van de 61 grootste gemeenten hebben er 37 een bepaalde vorm van opkomstbevorderend beleid ontwikkeld en uitgevoerd.

Opkomstbevordering is gewenst. Lage opkomstcijfers kunnen niet genegeerd worden. Burgers geven aan dat de aandacht van de gemeente voor haar inwoners erg op prijs te stellen. Het is echter wel zo dat deze opkomstbevordering vooral moet bestaan uit informatieverstrekking. Burgers zijn niet gediend van agressieve communicatie waarmee direct wordt gewezen op de handeling of actie die van hen wordt verwacht. Burgers wensen voldoende, neutrale informatie zodat zij zelf de afweging kunnen maken. Communicatie die gericht was op kennis en attitude was dan ook effectiever en gewenster dan directe gedragsbeïnvloeding. Informatie door middel van verkiezingskranten, interviews in stadskranten en artikelen in lokale huis-aan-huis bladen hebben een groot bereik en bieden de gewenste informatie. Burgers hebben de informatie om zelf de kosten/baten afweging te maken.

Kees (1994) heeft in opdracht van de gemeente Dordrecht de voorlichtingscampagne van de gemeenteraadsverkiezingen van 2 maart 1994 geëvalueerd. Hij probeerde antwoord te krijgen op de vraag: Heeft opkomstbevorderende voorlichting zin? Het onderzoek is verricht door middel van mondelinge enquêtering van circa 1600 kiesgerechtigde Dordtenaren aan de hand van een beknopte vragenlijst. De a-selectie afname van de enquêtes is geschied bij degenen die hun stem hebben uitgebracht in 16 stembureaus, verspreid over de 16 wijken die Dordrecht telt, op de dag van de gemeenteraadsverkiezingen van 2 maart 1994. Het bereik van de 'algemene' voorlichtingsactiviteiten varieert onder de stemmers niet alleen per actie, maar daarbinnen ook naar geslacht, leeftijd, bevolkingsgroep, partij waarop is gestemd en woonwijk. Vooral de specifieke voorlichtingsactiviteiten voor een bijzondere doelgroep hadden een hoog bereik. De 'algemene' voorlichtingsactiviteiten van de gemeente Dordrecht hebben op de meeste Dordtenaren die bij de gemeenteraadsverkiezingen van 1994 hun stem hebben uitgebracht, geen invloed uitgeoefend bij hun keuze om te gaan stemmen. Van degenen die in Dordrecht bij de gemeenteraadsverkiezingen zijn gaan stemmen, zou de overgrote meerderheid (97%) dit ook gedaan hebben als de gemeente Dordrecht geen opkomstbevorderende voorlichtingscampagne had gehouden. Een kleine minderheid (3%) zou in dat geval zijn of haar stem niet hebben uitgebracht. Dit betekent dat de voorlichtingscampagne van de gemeente Dordrecht een 'rendement' van circa 1525 extra stemmers heeft opgeleverd. De algemene conclusie van het onderzoek is dat de campagne weliswaar een aanzienlijk bereik heeft gehad onder degenen die hun stem hebben uitgebracht, maar weinig effect heeft gesorteerd op het bevorderen van de opkomst bij deze verkiezingen.

Ondanks een opkomstbevorderende campagne stemden 47,2% van de autochtonen en 27% van de allochtonen bij de gemeenteraadsverkiezingen in Amsterdam. Vier jaar geleden was het percentage bij de allochtonen nog 39%, toen is er ook een opkomstbevorderende campagne geweest. De campagne vormt dus geen verklaring. Toen speelde de opkomst van ultra-rechtse partijen. De CD behaalde vier zetels in de gemeenteraad. Voor allochtonen toen een extra reden om te gaan stemmen. In 1998 speelt dit vraagstuk niet meer en viel die stimulans dus weg. De verschillen in opkomstpercentages zullen volgens de Lannoy en Scholten (1998) eerder kunnen worden verklaard door het ontbreken van grote 'issues' en verschillen tussen de partijen, dan door de effecten van opkomstbevorderende campagnes.

In 1994 voerde ook Groningen een opkomstbevorderende campagne. Met weinig resultaat. Iets meer dan 64% van de kiezers kwam op, maar uit het evaluatieonderzoek viel af te leiden dat ze dat ook zonder die campagne wel gedaan zouden hebben. (Derksen, 1994). 'Uit diverse onderzoeken is gebleken dat geen van de activiteiten de opkomst heeft bevorderd. Het doel om de opkomst door middel van een campagne te bevorderen, is dan ook te hoog gegrepen. Indien alleen met dit doel in de toekomst een campagne wordt georganiseerd, kan 17.000 gulden worden bespaard. Als de doelstellingen anders worden geformuleerd (bijvoorbeeld: gericht op het informeren van burgers over de verkiezingen kunnen bepaalde campagneactiviteiten misschien wel zinvol zijn' (Derksen, 1994). Bij de gemeenteraadsverkiezingen van 3 maart 1998 voerde Groningen daarom geen

opkomstbevorderende campagne en bleef daarbij in lijn met de landelijke trend, Amsterdam voerde wel zo'n campagne maar bleef daar fors bij achter. Lannoy en Scholten (1998) concluderen daarom: 'Wie een hogere opkomst bij gemeenteraadsverkiezingen om wat voor reden dan ook wenselijk of noodzakelijk acht, zal zich moeten afvragen waarom (groepen) kiezers de gemeentelijke stembus mijden.'

"Gemeenten die de komende twee maanden in een campagne investeren om op 2 maart kiezers naar de stembus te lokken, kunnen dat geld beter aan iets anders besteden. De opkomst zal door zo'n campagne echt niet stijgen. Zo'n eindspurt is net zoiets als uit het raam vallen en vlak voor je de grond raakt je afvragen wat er mis gaat." (van der Eijk & van Tilburg, 1993) Volgens hun is er wel wat aan de hand met de band tussen burger en lokale politiek, met de democratische legitimering van gemeentebestuurders en met het imago van de lokale politiek. De gedaalde opkomst bij de verkiezingen is slechts een van de tekens aan de wand dat de burger al lang met een ander soort maatschappij bezig is, dan waarop het huidige kiessysteem is gebaseerd. Om die opkomst weer te laten stijgen, is meer nodig dan het schrijven van felicitatiebrieven aan de achttienjarigen met een passant de oproep om toch vooral te gaan stemmen. Dit is volgens van der Eijk en van Tilburg een ad hoc-maatregel die weinig zoden aan de dijk zet. Ook zij geven aan dat de geringe verschillen tussen verschillende partijen de oorzaak zijn van de lage opkomstpercentages. Gemeenteraadsverkiezingen blijven tweederangsverkiezingen, waarbij af en toe lokale omstandigheden een rol spelen. De gemeente moet belangrijk worden, moet iets te beslissen hebben, en er moet iets te kiezen zijn, pas dan gaan mensen weer naar de stembus. In plaats van opkomstbevorderende campagnes stellen zij het correctief referendum voor. Dat is een belangrijke aanvulling op de algemene verkiezingen en het voorkomt dat mensen afhaken terwijl ze zich juist wel bij een onderwerp betrokken voelen. Lokale politiek moet in elk geval zichtbaarder en hoorbaarder worden.

Ook Wille (2000) vraagt zich af of opkomstbevordering nou een wondermiddel is of total loss. Volgens hem zijn geen van de in paragraaf 2.5.3. genoemde opkomstverhogende maatregelen een wondermiddel. De werking van de maatregelen zijn sterk afhankelijk van andere factoren die werkzaam zijn in de lokale context. Echter is het een aanbeveling om een aantal van de genoemde middelen of ideeën op wat ruimere schaal toe te passen. Alleen in de concrete praktijk kan immers blijken hoe deze instrumenten werken en wat de effecten zijn.

Tot slot wordt ook landelijk geprobeerd om de opkomst te verhogen bij gemeenteraadsverkiezingen. Postbus 51 probeert met de "U komt toch ook?" campagnes mensen te laten weten dat er verkiezingen zijn, en hun een beredeneerde keuze te laten maken om wel of niet te gaan stemmen. Uit de evaluatie bleek dat de campagne een herkenning scoort, die vergelijkbaar is met soortgelijke andere campagnes. De herinnering is relatief hoog. De respondenten waarderen de campagne gemiddeld met het rapportcijfer 6.4. De algehele waardering voor de campagne is daarmee relatief laag. De campagne wordt irriteranter en minder geloofwaardig gevonden. De bekendheid met de gemeenteraadsverkiezingen is tijdens de campagneperiode toegenomen van 32% tot 72%. Ook de houdingen zijn tijdens de campagneperiode positief veranderd. Van het algemeen publiek van 18 jaar en ouder vindt 87% het zeer belangrijk dat je het recht hebt om te mogen stemmen en 64% vindt het zeer belangrijk om jezelf goed te informeren over standpunten van politieke partijen. 76% Van alle respondenten geeft tijdens de campagne aan zeker van plan te zijn om te gaan stemmen bij de gemeenteraadsverkiezingen. In de nameting geeft 71% aan daadwerkelijke gestemd te hebben. Uit deze evaluatie is echter niet te achterhalen hoeveel mensen er zonder deze campagne gestemd zouden hebben, en daarmee is de effectiviteit moeilijk te bepalen.

Uit bovenstaande bevindingen kan worden geconcludeerd dat wetenschappers nog geen eenduidig beeld hebben van de effectiviteit van opkomstbevorderende maatregelen.

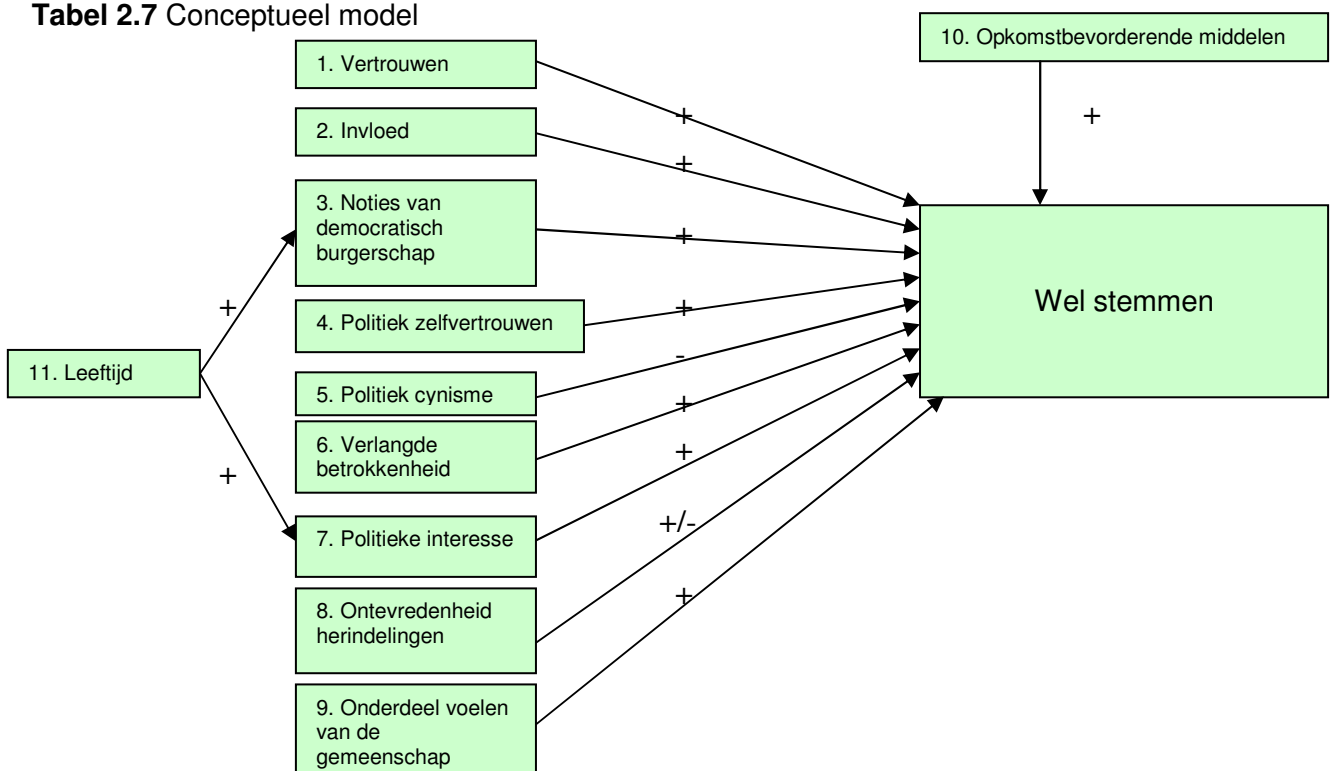
Ondanks dat een aantal wetenschappers het gebruik van de middelen sterk afraadt (van der Eijk, van Tilburg, Wille, Derksen, de Lannoy en Scholten), worden ze toch nog steeds op grote schaal toegepast in Nederlandse gemeenten (Husajina, 2002). Ook worden er iedere keer voor de verkiezingen weer symposia en voorlichtingsbijeenkomsten gehouden voor gemeenten, over hoe ze hun burgers het best kunnen informeren. (Publiek-Politiek.nl) Nu al weer worden er pakketten aangeboden waarmee gemeenten hun raadsverkiezingen in 2006 kunnen verlevendigen en zichtbaar kunnen maken (Partners en Proppe, 2005). Blijkbaar is nog niet iedereen overtuigd van de beperkte werking van opkomstbevorderende maatregelen. Veel gemeenten denken nog wel steeds, dat zij door middel van opkomstbevorderende maatregelen burgers kunnen overhalen om toch hun stem uit te brengen. Kunnen zij dit geld beter ergens anders aan besteden, of zijn er toch wel redenen aan te voeren om hier tijd en geld in te steken. En in welke maatregelen moet geld worden gestoken? Moeten er maatregelen worden genomen die de interesse en de invloed van de kiezer kunnen vergroten? Of moet een opkomstbevorderende strategie zich richten op maatregelen die de politiek interessanter zou kunnen maken? Of is het van belang de kiezers een ruimere gelegenheid tot stemmen te bieden? Een ding is zeker: complexe problemen hebben geen eenvoudige oplossingen.

Met behulp van dit onderzoek wordt geprobeerd om weer een stapje dichterbij het antwoord op deze vraag te komen. In dit onderzoek zullen de middelen worden geëvalueerd die in Bronckhorst zijn ingezet om de opkomst te bevorderen. Na dit onderzoek zal er daarom meer inzicht zijn in de werking van lijsttrekkersdebatten, politieke markten, advertenties in lokale weekbladen, spotjes op de lokale radio en belronden onder de inwoners. Natuurlijk gaat het wel om de resultaten bij een specifieke gemeente, Bronckhorst. Maar in combinatie met de resultaten van twee reeds uitgevoerde onderzoeken (Derksen, 1994; Kees, 1994) kunnen er uitspraken worden gedaan over de werking van opkomstbevorderende middelen.

2.6 De hypothesen

In dit hoofdstuk zijn een aantal theorieën besproken en er is aangegeven welke van de theorieën zijn getoetst in dit onderzoek. In deze paragraaf zullen de hypothesen van dit onderzoek worden beschreven, aan de hand van het conceptueel model.

Tabel 2.7 Conceptueel model



De volgende hypothesen kunnen hieruit worden afgeleid:

Attitudes

H1: Hoe meer vertrouwen iemand in de politiek heeft, hoe eerder men gaat stemmen.

H2: Hoe meer men denkt invloed uit te kunnen oefenen, hoe eerder men zal gaan stemmen.

H3: Wanneer bij kiezers een 'opkomst-norm' bestaat, zal men eerder de gang naar de stembus maken dan wanneer zij deze norm niet hebben geïnternaliseerd.

H4: Hoe meer politiek zelfvertrouwen men heeft, hoe eerder men zal stemmen.

H5: Hoe meer cynisch men is tegenover de politiek, hoe minder snel men zal gaan stemmen.

H6: Hoe meer men tevreden is over de betrokkenheid van de raadsleden, hoe eerder men zal gaan stemmen.

H7: Hoe meer politieke interesse iemand heeft, des te eerder men gaat stemmen.

H8: Kiezers die ontevreden zijn met de herindeling, blijven eerder thuis bij verkiezingen dan tevreden kiezers.

H9: Wanneer kiezers zich meer een onderdeel voelen van de politieke gemeenschap die centraal staat bij de betreffende verkiezingen, zullen zij eerder geneigd zijn om de gang naar de stembus te maken.

Leeftijd

H10: Hoe ouder men is, hoe meer men zich verplicht voelt om te gaan stemmen.

H11: Hoe ouder men is, hoe meer men geïnteresseerd is in politiek.

H12: Hoe ouder men is, hoe eerder men gaat stemmen.

Opkomstbevordering

H13: Er is een verband tussen de mate van politieke interesse en de mate waarin men kennis heeft genomen van voorlichtingsactiviteiten.

H14: Stemmers nemen meer kennis van voorlichtingsacties dan niet stemmers.

Deze 14 hypothesen zijn in dit onderzoek getoetst en in paragraaf 3.4 zal worden toegelicht hoe deze hypothesen naar een vragenlijst zijn vertaald. In hoofdstuk vier zal worden besproken of er bewijs is gevonden voor de hypothesen.

HOOFDSTUK 3 METHODEN

In dit hoofdstuk wordt eerst de onderzoeksstrategie besproken en vervolgens wordt er ingegaan op de methode die gebruikt is voor het verzamelen van de data en de analyse hiervan. Daarnaast zal er een beschrijving worden gegeven van het respons en de onderzoekspopulatie. Aan de hand van de theorie die besproken is in het vorige hoofdstuk zal de ontwikkeling van de vragenlijst uiteen worden gezet.

3.1 Onderzoeksstrategie

Naast de theoretische achtergrond gaat het om een praktijkgericht onderzoek. Dit is een onderzoek waarbij het niet gaat om kennis zoals bij theoriegericht onderzoek, maar het is de bedoeling een bijdrage te leveren aan een interventie ter verandering van een bestaande praktijksituatie (Verschuren & Doorewaard, 2002). In dit onderzoek is het doel te achterhalen in hoeverre de opkomstbevorderende campagne zin heeft gehad, en motieven te achterhalen waarom mensen wel of niet gaan stemmen bij herindelingsverkiezingen. Het type onderzoek is diagnostisch met als doel het opsporen van de motieven van mensen om wel of niet te gaan stemmen, waarop communicatiemiddelen beter kunnen worden afgestemd. Het gaat er hierbij om dat de gemeenteraad in de toekomst communicatiemiddelen efficiënter kan inzetten.

Verschuren Doorewaard (2002) onderscheiden vijf typen onderzoeksstrategieën:

- 1 survey;
- 2 experiment;
- 3 gevalstudie;
- 4 gefundeerde theoriebenadering;
- 5 bureauonderzoek.

Bij dit onderzoek is er sprake van een survey, daarmee is gekozen voor een onderzoek in de breedte, dit maakt een generalisering (bij replicatie) van de resultaten mogelijk. In de literatuur wordt een survey als volgt omschreven: "...een empirisch onderzoek [...], die betrekking heeft op een veelheid van objecten en wanneer de gegevens hiervan in werkelijke situaties verzameld en statistisch verwerkt worden." De volgende zaken zijn kenmerkend voor een survey (Verschuren & Doorewaard, 2002):

- een groot aantal onderzoekseenheden;
- een arbeidsextensieve datagenerering;
- meer breedte dan diepte;
- een aselechte steekproef;
- kwantitatieve gegevens;
- een gesloten datagenerering, liefst op afstand.

De afdeling Publiekszaken van de gemeente Bronckhorst heeft een aselechte steekproef van 1000 burgers uit de kiesgerechtigde bevolking getrokken. Dit wil zeggen, dat demografische factoren evenredig verdeeld zijn in de steekproef. De woonplaats van de burgers is verdeeld naar de grootte van de 'oude' gemeenten. Uit de grote gemeenten werden daarom naar verhouding meer burgers geselecteerd dan uit de kleine gemeenten. Leeftijd, geslacht en nationaliteit zijn ook goed verdeeld in de steekproef. Verschuren en Doorewaard(2002) geven aan dat een groot aantal onderzoekseenheden inhoudt, dat er minimaal 40 à 50 eenheden betrokken worden. Bij een lager aantal krijgen de kwantitatieve gegevens een te lage betrouwbaarheid. Op basis hiervan moet het aantal onderzoekseenheden binnen dit onderzoek voldoende zijn om valide uitspraken te kunnen doen. Er is daarom gekozen voor een steekproef van 1000 burgers, waarbij het gemiddelde respons van 25% is ingecalculeerd. Om ook de vijf oude gemeenten (Hengelo, Zelhem, Steenderen, Hummelo & Keppel en Vorden) met elkaar te kunnen vergelijken is het wenselijk om uit iedere groep minimaal 50 respondenten te hebben (Swanborn, 2000). Bij een gemiddeld respons van

25% bij schriftelijke enquêtes en een evenredige verdeling tussen de gemeente ontstaat de ideale situatie (Swanborn). De keuze om in de breedte te onderzoeken hangt samen met de onderzoeksvraag, om uitspraken te kunnen doen over opkomstbevordering, die generaliseerbaar zijn voor de Nederlandse gemeenten. Het is namelijk ook van wetenschappelijk belang dat er meer inzicht komt in het nut van opkomstbevordering. De wetenschappelijke literatuur biedt tot nu toe nog geen eenduidig beeld over het nut van opkomstbevordering (Wille, 2000). Ook over de motieven van niet-stemmers bij herindelingsverkiezingen bestaat nog veel onduidelijkheid. Het is dus naast het belang voor de gemeente Bronckhorst, ook van belang voor de wetenschap en andere gemeenten. De antwoorden van de respondent worden ingevuld in de enquête, op deze manier worden kwantitatieve gegevens verkregen. De enquête bevat gesloten vragen en zal daarmee ook gesloten antwoorden genereren. Naast het kenmerk van een gesloten datagenerering, is een ander kenmerk dat de respondenten worden ondervraagd aan de hand van een gestructureerde vragenlijst, in dit geval een enquête, ook van toepassing op de gekozen onderzoeksstrategie (Malhotra & Birks, 1999).

3.2 Databronnen en methoden voor dataverzameling

3.2.1 Het vooronderzoek

Voorafgaand aan dit onderzoek heeft er een klein kwalitatief vooronderzoek plaatsgevonden, waaruit naar voren is gekomen wat de raadsleden zelf van de opkomstbevorderende campagne vonden en wat naar hun idee de belangstelling was vanuit de inwoners. Dit onderzoek bestond uit zes telefonische interviews met een raadslid van iedere partij, die ook in de werkgroep zat rondom de campagne. De raadsleden zijn eerst per e-mail gevraagd of zij binnenkort mee wilden werken aan een kort telefonisch interview, waarbij zij zelf de datum en het tijdstip konden bepalen. Vijf van de zes partijen gaven aan mee te willen werken aan het vooronderzoek.

Als eerst is gevraagd of er nog andere soorten instrumenten in overweging zijn genomen. Er is vooral gekozen voor politieke voorlichting, in plaats van neutrale opkomstbevordering. Het is nuttig om te weten waarom precies voor deze instrumenten gekozen is.

Om te kijken hoe effectief de campagne was, is gevraagd hoe de belangstelling bij de verschillende onderdelen was. Hoeveel mensen waren er bijvoorbeeld aanwezig bij de lijsttrekkersdebatten en de informatie markten. En waren de mensen bereidwillig, wilden ze bijvoorbeeld graag meedoen aan het telefonische onderzoek door de raadsleden?

Verder is gevraagd wat naar hun mening het bereik van de verschillende onderdelen is geweest. Het bereik is ook een belangrijke factor bij de effectiviteit van een campagne.

Ook is de raadsleden gevraagd naar een oordeel over de campagne. Er is gevraagd welk van de onderdelen ze het minst nuttig vonden en wat ze liever anders hadden gezien. En of de campagne het gewenste resultaat heeft opgeleverd.

Tot slot is nog ingegaan op de eigen partijcampagne. Was bij deze activiteiten de belangstelling hetzelfde? En welke middelen zijn hierbij ingezet? En wat doet de partij in de toekomst eraan om de opkomstpercentages te verhogen?

Door met de vijf partijen te hebben gesproken is er een goed beeld ontstaan van de mening van de raadsleden en van de uiteindelijk uitgevoerde activiteiten. De gegevens die uit deze interviews naar voren zijn gekomen, zijn geanalyseerd en meegenomen bij het ontwikkelen van de enquête.

3.2.2 Het hoofdonderzoek

Het ontwikkelen van de enquête is gedaan op basis van de theorie en het vooronderzoek. De volgende stap is het afnemen ervan, hiervoor worden drie methoden onderscheiden (Malhotra & Birks, 1999; Verschuren & Doorewaard, 2002):

- 1 Telefonisch;
- 2 Persoonlijk;
- 3 Schriftelijk.

Bij dit onderzoek is gekozen voor een schriftelijke enquête om de volgende redenen. De eerste reden is de omvang van de steekproef, het is voor één onderzoeker niet haalbaar om in een korte tijd 1000 mensen op te bellen. De tweede reden heeft te maken met de vragenlijst zelf, de vragenlijst bevat 18 vragen waaronder ook nog een aantal stellingen. Het is voor de respondenten daarom niet aantrekkelijk om mee te werken aan een telefonisch onderzoek dat 15 tot 20 minuten duurt. Verder kunnen de mensen bij telefonische enquêtes of persoonlijke interviews niet anoniem mee doen. Politiek kan voor veel mensen een gevoelig onderwerp zijn waarbij soms woede, vijandigheid en protest komen kijken. Wanneer zij persoonlijk tegen iemand van de gemeente moet praten, kunnen de resultaten vertekend zijn omdat de respondent zich misschien wil inhouden. Bij een schriftelijke enquête kunnen zij eerlijk hun mening geven, eventueel met zware kritiek, zonder dat zij hier persoonlijk op kunnen worden aangekeken. Andere voordelen van schriftelijke enquêtes die mee hebben gespeeld zijn (Emans, 1990):

- Persoonlijke interviews zijn voor de interviewende/enquêteerende instantie veel arbeidsintensiever en dus ook duurder dan schriftelijke enquêtes.
- Het invullen van schriftelijke lijsten kan men in de eigen tijd doen, wanneer het beste uitkomt. Voor een interview moet men ruimte in de agenda vrijmaken.
- Bij schriftelijke enquêtes heeft men nooit last van interviewereffecten, terwijl ook de kans op sociaalwenselijke antwoorden geringer is.

Er is gekozen om een vragenlijst op te stellen met een Likert schaal, respondenten moeten op een vijfpunts schaal aangeven in hoeverre ze het eens zijn met een stelling. Volgens Spector (1992) zijn de vier kenmerken van deze schaal: de schaal moet meerdere items bevatten, elk item moet kwantificeerbaar zijn, er is geen 'goed' antwoord (daardoor verschillend van multiple choice test) en tot slot kan het niet gebruikt worden voor het meten van kennis of vaardigheid. "Er is voor deze manier van schalen gekozen omdat deze, betrouwbaarder, preciezer en meer gesloten is, dan ja en nee vragen." (Spector, 1992)

De validiteit wordt geprobeerd positief te beïnvloeden door de vragenlijsten eerst te pretesten. Dit is gedaan door middel van een expertgerichte plus-en-min methode. Volgens De Jong en Schellens (1997) zijn er drie typen evaluatiemethoden te onderscheiden, product-, expert-, en doelgroepgerichte methoden. Bij productgerichte methoden gaat het om hulpmiddelen die ontwerpers kunnen gebruiken om zelf een conceptboodschap te evalueren. Zo zijn er methoden die min of meer automatisch een indicatie genereren over de kwaliteit van een uiting, bijvoorbeeld leesbaarheidformules. Bij expertgerichte methoden moet gedacht worden aan de inschakeling van twee soorten experts, communicatie- en doelgroepdeskundigen, die de boodschap evalueren. En tot slot bij doelgroepgerichte methoden, wordt de boodschap uitgetoetst in een steekproef uit de uiteindelijke doelgroep.

Verder zijn er volgens De Jong en Schellens (1997) nog drie verschillende evaluatiefuncties te onderscheiden:

- Kwaliteit van een document bepalen
- Problemen in een document opsporen en verbeteren
- De voors en tegens van alternatieve presentatie in kaart brengen.

Bij dit onderzoek is gekozen voor een expertgerichte methode, omdat er vooral gebruik werd gemaakt van bestaande stellingen. Deze stellingen zijn reeds bij een aantal kiezersonderzoeken toegepast (NKO, 1994; van Deth, 1995). Er kan dus worden

aangenomen dat de stellingen voor de respondenten weinig problemen oplevert. Het doel van deze pretest was daarom in de eerste instantie ook niet problemen opsporen en verbeteren, maar de kwaliteit van een vragenlijst bepalen. Zijn de goede stellingen gekozen bij de goede constructen. Is de vragenlijst compleet en wordt wel alles gevraagd wat moet worden gemeten?

Op basis van deze voorwaarden is gekozen voor de plus-en-min methode onder een zestal communicatiewetenschappers. "Bij een plus-en-minmethode met vragenlijst en individuele interviews krijgen de proefpersonen opdracht om een vragenlijst te lezen en tijdens het lezen hun positieve en negatieve leeservaringen te markeren met plussen en minnen in de kantlijn. De plussen en minnen kunnen om uiteenlopende redenen worden gezet, en kunnen betrekking hebben op verschillende elementen (woorden, zinnen etc). Als de proefpersonen klaar zijn volgt een individueel interview waarin de redenen worden achterhaald voor alle plussen en minnen. De opbrengst is een lijst met mogelijke lezersproblemen, die stuk voor stuk aanleiding kunnen zijn voor een revisie-ingreep. Na afloop van de bespreking van plussen en minnen kunnen er in het interview nog aanvullende vragen over de vragenlijst worden gesteld, bij voorkeur gericht op aspecten waar de plus-en-minmethode minder geschikt voor is, zoals de structuur en toon van de brochure en de vraag of men bepaalde informatie heeft gemist"(De Jong, 1998). Er zijn zes communicatiewetenschappers benaderd voor deze pretest, en hun revisievoorstellen zijn te vinden in bijlage 3.

De uiteindelijke enquête is op 6 april 2005 naar 1000 inwoners van de gemeente Bronckhorst verstuurd. (bijlage 4) Bij de steekproef is rekening gehouden met een goede verdeling over de oude gemeenten, zodat bij de analyse de gemeenten ook met elkaar kunnen worden vergeleken. In een bijgevoegde brief werd kort het doel van het onderzoek toegelicht en is verteld hoe de respondent mee kon werken. Tot slot werd gevraagd om de vragenlijst voor 21 april 2005 weer te retourneren.

Om de respons te verhogen is er een stukje op de gemeentepagina en de website van Bronckhorst verschenen, waarin de inwoners op de hoogte werden gesteld van het onderzoek en het belang van het invullen nog eens duidelijk werd benadrukt. Verder is er voor gekozen om dit stukje ook als persbericht te versturen (Dit persbericht is opgenomen in bijlage 5). Naar aanleiding van dit persbericht is er een artikeltje in de Gelderlander (9-4-2005) verschenen, een nieuwsitem op Radio Gelderland geweest en heeft er een interview met de griffier plaatsgevonden op Radio Ideaal. Tot slot heeft het persbericht nog op de tekstpagina's van een aantal lokale tv zenders gestaan. De vragenlijst werd anoniem ingevuld, er was dus geen mogelijkheid om mensen een herinneringsbrief te sturen.

3.3 Respons en kenmerken van de onderzoekspopulatie

In totaal zijn er 290 vragenlijsten retour gekomen, waarvan er 273 bruikbaar waren voor verdere analyses. De andere zeventien waren niet ingevuld, of kwamen veel te laat binnen. Drie mensen hebben aan de hand van de persberichten te kennen gegeven, ook mee te willen werken aan het onderzoek

Tabel 3.1 Respons per oude gemeente

Oude gemeenten	Aantal vragenlijsten verstuurd per oude gemeente	Aantal teruggekregen vragenlijsten	Responspercentage per oude gemeente	Opkomstpercentages bij de verkiezingen
Hengelo	213	35	16,4	51.9
Zelhem	323	85	26,3	50.0
Hummelo en Keppel	109	42	38,5	55.6
Vorden	208	58	27,9	60.0
Steenderen	147	45	30,6	57.6
Niet ingevuld		8		
Totaal	1000	273	27,3	53.9

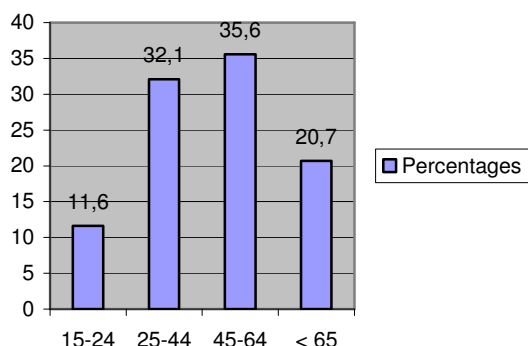
Het bruikbare respons komt hiermee op 27.3% te liggen. Dit respons komt overeen met het gemiddelde bij schriftelijke enquêtes (Swanborn, 1990). In tabel 3.1 is af te lezen wat het respons per oude gemeente is geweest. Opvallend is het hoge respons in Hummelo en Keppel en het lage respons in Hengelo, een verschil van maar liefst 12.1%. Verder wilden 8 mensen hun woonplaats niet kenbaar maken i.v.m. de privacy. In de laatste kolom zijn de opkomstpercentages van de verkiezingen in november opgenomen. Hier zijn echter geen verbanden mee te ontdekken.

Tabel 3.2 Kenmerken onderzoekspopulatie (n=273)

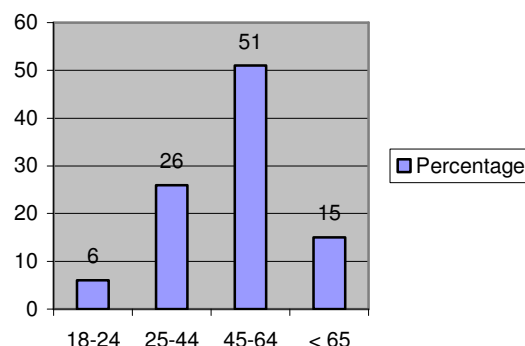
		n	%	% in werkelijke populatie
Leeftijd	18 t/m 20 jaar	7	2.6	
	21 t/m 30 jaar	14	5.3	
	31 t/m 40 jaar	37	13.9	
	41 t/m 50 jaar	65	24.4	
	51 t/m 60 jaar	71	26.7	
	61 t/m 70 jaar	45	16.9	
	71 > jaar	27	10.2	
	Niet ingevuld	7	2.6	
Plaats	Hengelo	35	12.8	22.4
	Zelhem	85	31.1	29.4
	Hummelo en Keppel	42	15.4	12.3
	Vorden	58	21.2	22.8
	Steenderen	45	16.5	13.1
	Niet ingevuld	8	2.9	
Wel of niet gestemd	Niet gestemd	56	20.5	46.1
	Wel gestemd	217	79.5	53.9
Totaal		273	100	

De gemiddelde leeftijd van de respondenten lag op 51 jaar, ook hier waren 7 mensen die hun leeftijd niet wilden invullen. De verdeling over de gemeente komt redelijk overeen met de werkelijke grootte van de oude gemeenten. Verder blijkt uit tabel 3.2 dat 20.5% van de mensen in de onderzoekssteekproef niet heeft gestemd en 79.5% wel. Terwijl deze verhouding bij de werkelijke populatie respectievelijk 46.1% en 53.9% was. Dit is te verklaren, omdat stemmers meer geïnteresseerd en betrokken zijn bij de politiek en daarom ook eerder de moeite nemen om een vragenlijst in te vullen. Vanuit deze gedachte is 20.5% dus nog een redelijke hoeveelheid.

Grafiek 3.3 Leeftijdsopbouw gemeente Bronckhorst (Bron: CBS)



Grafiek 3.4 Leeftijdsopbouw onderzoekspopulatie



Toelichting grafieken: Er is sprake van een kleine vertekening, de leeftijdsopbouw bij de werkelijke populatie begint bij 15 jaar. Gegevens vanaf 18 jaar zijn niet bekend.

Met behulp van grafiek 3.3 en 3.4 kan een vergelijking worden gemaakt tussen de leeftijdsopbouw van de werkelijke populatie en de onderzoekspopulatie. De percentages

komen redelijk overeen. Vooral de groep tussen de 40 en de 60 jaar is goed vertegenwoordigd. De jonge mensen onder de 30 jaar zijn een beetje ondervertegenwoordigd. Dit is waarschijnlijk te verklaren door het verschil in interesse in de politiek. Uit de regressie analyse van paragraaf 4.3 zal blijken dat jongeren minder geïnteresseerd zijn in politiek dan ouderen. Jongeren zullen daarom ook minder gemotiveerd zijn geweest om de vragenlijst in te vullen.

3.4 Analysetechnieken

Aspecten die een belangrijke rol spelen bij een enquête zijn de validiteit en de betrouwbaarheid. De betrouwbaarheid heeft betrekking op de interne consistentie van de antwoorden die gegeven worden door de respondent. Door per variabele meerdere vragen op te stellen, kan gekeken worden of de respondent consistent is in het beantwoorden van de vragen. Deze test bekijkt of de antwoorden op de vragen die behoren bij een variabele, onderling overeenkomen. De waarden die de verschillende vragen hebben opgeleverd worden vergeleken en gemeten op hun onderlinge consistentie.

De variabelen worden in de enquête gemeten aan de hand van enkele vragen. De antwoorden op deze vragen vormen samen een score waaruit een gemiddelde score van de respondent op de variabele kan worden berekend. Om de betrouwbaarheid te toetsen zal er gekeken moeten worden naar de interne consistentie. Dit betekent dat er gekeken wordt naar in hoeverre de antwoorden op de verschillende vragen behorende bij een variabele overeenkomen. Binnen SPSS kan deze toets uitgevoerd worden met behulp van Cronbach's alpha. Deze toets levert een waarde op tussen de 0 en 1. Een waarde van 0.7 of minder geeft aan dat de 'internal consistency reliability' niet voldoende is (Malhotra, Birks, 1999). De betrouwbaarheid van de variabele is in dit geval niet bevredigend voor verder onderzoek.

De ingevulde vragenlijsten zullen worden verwerkt in SPSS. Als eerste zijn de correlaties tussen de constructen bepaald, daarna de regressie analyses met eindvariabelen. "Correlatie- en regressie analyse zijn twee technieken die kunnen worden gebruikt als een (lineair) verband tussen twee (of meer) interval- of ratiogeschaalde variabelen wordt verondersteld. Correlatie analyse geeft een indruk van de samenhang tussen twee variabelen, waarbij het mogelijk is te corrigeren voor de invloed van andere variabelen. Regressie analyse probeert een numerieke verklaring te geven van de afhankelijke variabele door een of meer onafhankelijke variabelen." (Huizingh, 2001) Op deze manier kan er inzicht worden verkregen in de relaties tussen de metrische afhankelijke variabelen en onafhankelijke variabelen. Het gaat om causale verbanden waarvan ook de sterkte wordt weergegeven.

3.5 Verantwoording van het meetinstrument

De verschillende begrippen die van belang zijn binnen dit onderzoek zijn aan de hand van wetenschappelijk literatuur besproken in hoofdstuk twee. Alle begrippen die in het conceptueel model voorkomen, dan wel van belang zijn voor dit onderzoek, worden nu geoperationaliseerd zodat duidelijk is wat de betekenis is van deze begrippen binnen dit onderzoek en hoe deze begrippen worden gemeten.

3.5.1 Attitudes

Als eerst worden er negen verschillende attitudes gemeten: Vertrouwen, invloed, noties van democratisch burgerschap, politiek zelfvertrouwen, politiek cynisme, verlangde betrokkenheid, politieke interesse, ontevredenheid herindelingen en onderdeel voelen van de gemeenschap.

De hypothesen die hier bij horen zijn:

- H1: Hoe meer vertrouwen iemand in de politiek heeft, hoe eerder men gaat stemmen.*
- H2: Hoe meer men denkt invloed uit te kunnen oefenen, hoe eerder men zal gaan stemmen.*
- H3: Wanneer bij kiezers een 'opkomst-norm' bestaat, zal men eerder de gang naar de stembus maken dan wanneer zij deze norm niet hebben geïnternaliseerd.*
- H4: Hoe meer politiek zelfvertrouwen men heeft, hoe eerder men zal stemmen.*
- H5: Hoe meer cynisch men is tegenover de politiek, hoe minder snel men zal gaan stemmen.*
- H6: Hoe meer men tevreden is over de betrokkenheid van de raadsleden, hoe eerder men zal gaan stemmen.*
- H7: Hoe meer politieke interesse iemand heeft, des te eerder men gaat stemmen.*
- H8: Kiezers die ontevreden zijn met de herindeling, blijven eerder thuis bij verkiezingen dan tevreden kiezers.*
- H9: Wanneer kiezers zich meer een onderdeel voelen van de politieke gemeenschap die centraal staat bij de betreffende verkiezingen, zullen zij eerder geneigd zijn om de gang naar de stembus te maken.*
- H10: Hoe ouder men is, hoe meer men zich verplicht voelt om te gaan stemmen.*
- H11: Hoe ouder men is, hoe meer men geïnteresseerd is in politiek.*
- H12: Hoe ouder men is, hoe eerder men gaat stemmen.*

Hieronder wordt per attitude aangegeven met welke stellingen ze worden gemeten. Om een antwoord te vinden op de deelvraag, "In hoeverre zijn de motieven van kiezers bij reguliere gemeenteraadsverkiezingen vergelijkbaar met tussentijdse herindelingsverkiezingen?" moeten de resultaten kunnen worden vergeleken met een ander onderzoek, bij reguliere gemeenteraadsverkiezingen. Als vergelijkingsmateriaal worden de resultaten van het onderzoek van Van Deth en Roossen (1994) gebruikt. Zij hebben een kiezersonderzoek gedaan naar de reguliere gemeenteraadsverkiezingen van 1994 in Nijmegen. Dit onderzoek is zeer bruikbaar voor vergelijking. Ten eerste zijn de resultaten heel helder en duidelijk weergegeven, ten tweede is bekend welk meetinstrument precies is gebruikt en tot slot zijn de stellingen uit dit onderzoek al vaker in kiezersonderzoeken gebruikt (Holsteyn & Niemoller, 1994; Aarts, 1999). Om een zo goed mogelijke vergelijking te kunnen maken zijn in dit onderzoek dezelfde attitudes gemeten, met dezelfde stellingen. Het gaat hier om de attitudes: interesse & kennis, verlangde betrokkenheid, vertrouwen in politiek, politiek cynisme, politiek zelfvertrouwen en invloed. Omdat verwacht wordt, dat er bij herindelingen ook nog andere motieven een rol spelen worden er nog drie attitudes toegevoegd. Als eerste de attitude, 'zich onderdeel voelen van de gemeenschap', als tweede 'protest tegen de herindelingen' en als derde 'noties van democratisch burgerschap'. De stellingen bij deze attitudes zijn op basis van de resultaten van het vooronderzoek en de literatuur opgesteld.

1. Politiek vertrouwen

Politiek vertrouwen is het vertrouwen dat burgers hebben in het functioneren van de gemeenteraad. Hebben burgers het idee dat er naar hun geluisterd wordt? Dit wordt aan de hand van de volgende stellingen gemeten.

"Het bestuur doet veel moeite om problemen in de gemeente aan te pakken."

"Beloften gedaan bij gemeenteraadsverkiezingen worden nagekomen."

"Gemeenteraadsleden weten over het algemeen goed wat er leeft onder de mensen in de gemeente Bronckhorst."

"Ik heb de indruk dat het bestuur van de gemeente vaak positief reageert op initiatieven van burgers."

2. Invloed

Invloed refereert aan de mogelijkheid de politiek te beïnvloeden. De volgende uitspraken hebben betrekking op twee aspecten, enerzijds de capaciteiten die de burgers tot beïnvloeding hebben, anderzijds de kansen die het bestuur de burgers geeft om de politiek te beïnvloeden.

"Mensen zoals ik hebben wel degelijk invloed op de gemeentepolitiek."
"Als mensen echt willen, kunnen ze het gemeentebestuur best beïnvloeden."
"Om politieke invloed uit te oefenen helpt stemmen niet."
"Stemmen levert mij persoonlijk niets op."
"De gemeentelijke politiek heeft veel invloed op mijn persoonlijke leven."

3. Sterkte van noties van democratisch burgerschap

Deze factor meet in hoeverre mensen het stemrecht als een verworvenheid zien, wat gekoesterd moet worden. Vooral oudere mensen voelen zich verplicht om te gaan stemmen, jongeren voelen deze verworvenheid veel minder. Deze attitude wordt niet gemeten in het onderzoek van Van Deth en Roosen (1994). Deze stellingen komen daarom uit het onderzoek 'Opkomst bij verkiezingen' door Aarts (1999). De factor is gemeten met de volgende stellingen:

"Gaan stemmen is een plicht tegenover de samenleving."
"Als je niet stemt verlies je het recht om kritiek uit te oefenen."
"Stemmen is een manier om je politieke overtuiging kenbaar te maken."

4. Politiek zelfvertrouwen of beeld van eigen politieke competentie

Het begrip subjectieve politieke competentie (internal efficacy) verwijst naar het beeld dat een burger heeft van zijn eigen vermogen om politieke processen te begrijpen en daarin een actieve rol te spelen (Holsteyn, 1994). Het zelfvertrouwen is ook groot wanneer men de politiek niet ingewikkeld vindt. Deze factor is gemeten aan de hand van de volgende stellingen:

"De gemeentepolitiek is voor mij te ingewikkeld."
"Ik vind mezelf heel goed in staat om een actieve rol te spelen in de gemeente politiek"
"Ik denk dat ik als gemeenteraadslid het even zo goed zou doen als de meeste andere mensen."
"Ik weet hoe de lokale politiek in elkaar steekt."
"Ik weet wie de wethouders zijn."

5. Politiek cynisme

Politiek cynisme verwijst naar het beeld dat burgers hebben van de deskundigheid, de oprechtheid, de onkreukbaarheid en de oriëntatie op het algemeen belang van politieke gezagsdragers. De volgende zes stellingen zijn hierover opgenomen:

"Politieke beslissingen in Bronckhorst worden te veel in het geheim genomen."
"Ik heb weinig vertrouwen in de mensen die gekozen zijn."
"Gemeenteraadsliden bekommeren zich niet om mensen zoals ik"
"Gemeenteraadsliden letten te veel op het belang van machtige groepen of personen en te weinig op het algemeen belang."
"Raadslid word je eerder door je politieke vrienden dan door je bekwaamheden."
"Tegen beter weten in beloven politici meer dan ze kunnen waarmaken."

6. Verlangde betrokkenheid

De verlangde betrokkenheid is een factor die uitdrukking geeft aan een door respondenten gewenste ontwikkeling. Door middel van de volgende stellingen wordt meer inzicht verkregen in de gewenste relatie tussen de gemeenteraad en haar burgers.

"Gemeenteraadsliden zouden meer dan nu gebeurt contact moeten zoeken met de burgers."
"Burgers zouden meer betrokken moeten worden bij het beleid van de gemeente."
"Het gemeentebestuur zou zich vaker op locatie moeten presenteren om contact met de burger te krijgen."
"De politici van Bronckhorst staan ver van mij af."
"Er moeten inspraakbijeenkomsten worden georganiseerd om de stem van de burger te horen."

7. Politieke interesse

Een belangrijk aspect van burgerzin vormt het belang dat burgers stellen in politieke zaken. Hierbij kan worden gedacht aan twee zaken: Belangstelling als een zekere nieuwsgierigheid naar iets en belangstelling als het belang dat men hecht aan een bepaalde zaak (Denters & Geurts, 1994) In dit onderzoek is de politieke interesse vastgesteld door middel van de volgende vier stellingen:

"Ik volg de lokale politiek nauwelijks."

"Ik ben goed op de hoogte van de lokale politiek"

"Lokale politiek kan me weinig interesseren."

"Ik weet wie de wethouders zijn."

8. Protest tegen herindelingen.

De achtste factor van invloed kan zijn op het wel of niet stemmen van mensen is het protest tegen de herindelingen. Deze factor is een specifieke factor voor de praktijk situatie in Bronckhorst. In de literatuur zijn dus ook nog niet eerder stellingen bedacht die deze factor meten. Onder de bevolking was er weinig draagvlak voor de herindelingsplannen (Tweedekamerstuk 28855 nr 4). Het kan dus zijn dat mensen uit protest niet zijn gaan stemmen. De volgende stellingen zijn daarom voor dit onderzoek bedacht:

"De verkiezingen deden er niet meer toe, de herindeling was al in kannen en kruiken."

"Ik zie het voordeel van de herindeling niet in."

"Ik ben van mening dat wij als burgers er alleen maar op vooruit zijn gegaan dankzij de nieuwe gemeente."

"Ik ben blij met de nieuwe gemeente Bronckhorst."

"Ik heb vertrouwen in de nieuwe gemeente Bronckhorst."

9. Onderdeel voelen van de gemeenschap

Bij deze factor wordt gemeten in hoeverre men zich verbonden voelt met de gemeenschap. Herkennen mensen zich in die gemeenschap waar ze deel van uit maken? Ook wordt er bij deze factor aandacht besteed aan de omvang en de politieke cultuur van de gemeente. In een kleinere gemeente zullen kiezers eerder stemmen omdat ze zich meer een onderdeel voelen van de (kleinere) gemeenschap. Hetzelfde geldt voor de politieke cultuur. Wanneer deze een homogeen karakter heeft, kunnen kiezers zich gemakkelijker identificeren met de politici en zullen zij eerder geneigd zijn hun vertrouwen aan hen te geven. (Boogers & Weterings, 1998) Daarmee zullen kiezers in een homogene politieke cultuur ook sneller geneigd zijn om te gaan stemmen. Zij zullen zich immers eerder een daadwerkelijk onderdeel voelen van de politieke gemeenschap die bij verkiezingen om hun steun vraagt. De kiezer zal zich sneller identificeren met de personen op het stembiljet. En zullen zich ook meer vereenzelvigen met de bestuurlijke eenheid waar de verkiezingen betrekking op hebben ('ik voel me een echte Bronckhorster'). Vooral bij herindeling kan deze factor een grote rol spelen, de gemeente is vijf keer zo groot geworden, en men voelt zich niet meer verbonden met de nieuwe raadsleden. De volgende stellingen zijn hiervoor opgesteld.

"Ik voel me een echte Bronckhorster."

"Ik ben trots op mijn gemeente."

"Ik voel me verbonden met de gemeente Bronckhorst."

"Door de nieuwe gemeente ken ik de raadsleden minder goed."

"Ik wist niet op wie ik moest stemmen."

3.5.2. Campagne-evaluatie

Naast deze negen factoren die het stemgedrag kunnen beïnvloeden kunnen gemeenten zelf ook proberen om het stemgedrag te beïnvloeden met behulp van opkomstbevorderende middelen. Dit zijn maatregelen die gemeenten nemen met betrekking tot de lage opkomst, met als doel de opkomst te verhogen (Husajina, 2001). In hoofdstuk 2.4 is uitgelegd in welke vormen opkomstbevordering kan worden toegepast. In dit onderzoek worden de volgende opkomstbevorderende middelen geëvalueerd:

- Lijsttrekkers debatten

- Artikelen in lokale weekbladen
- Artikelen in regionale weekbladen
- Informatie via de radio
- Politieke karavaan
- Informatiemarkt
- Belronde

De hypotheses die in dit deel van het onderzoek worden getoetst zijn:

H13: *Er is een verband tussen de mate van interesse en de mate waarin men kennis heeft genomen van voorlichtingsactiviteiten.*

H14: *Stemmers nemen meer kennis van voorlichtingsacties dan niet stemmers.*

Ook de resultaten van dit deel zullen meer betekenis krijgen wanneer ze kunnen worden vergeleken met de resultaten van eerder onderzoek. Daarom zijn ook de vragen van dit deel gebaseerd op eerder onderzoek. Hiervoor is een onderzoek van de gemeente Dordrecht en de gemeente Groningen gebruikt.

Om de effectiviteit van een campagne te meten, moeten er drie factoren worden gemeten. (Postbus 51, Gemeente Dordrecht, 2004). Het bereik, invloed en de waardering voor de campagne.

1. Als eerste wordt gevraagd in hoeverre mensen kennis hebben genomen van de verschillende onderdelen. En of de boodschap is overgekomen. **(Bereik)**
 - *“De gemeente Bronckhorst heeft voor de afgelopen gemeenteraadsverkiezingen een voorlichtingscampagne gehouden. Alle acties uit deze voorlichtingscampagne worden achtereenvolgens genoemd. Wilt u met een kruisje aangeven van welke voorlichtingsactie u wel of geen kennis genomen heeft?”*
 - *“Wist u dat er verkiezingen waren op 17 november 2004?”*
2. Daarna wordt gekeken in hoeverre de middelen invloed hebben gehad op het stemgedrag van mensen. **(Invloed)**
 - *“Hebben de voorlichtingsacties waarvan u kennis heeft genomen, invloed gehad op uw keuze om wel of niet te gaan stemmen?”*
 - *“Welke voorlichtingsactie heeft de grootste invloed gehad bij uw keuze om wel of niet te gaan stemmen?”*
 - *“Indien u heeft gestemd; zou u ook zijn gaan stemmen als de gemeente geen voorlichtingscampagne voor de gemeenteraadsverkiezingen zou hebben gehouden?”*
3. Tot slot wordt er gevraagd wat mensen van de campagne vonden en hoe deze eventueel beter kan. **(Waardering)**
 - *“Heeft u in de voorlichtingscampagne van de gemeente Bronckhorst over de gemeenteraadsverkiezingen iets gemist?”*
 - *“Hoe scoort de gehele campagne volgens u op, informativiteit, duidelijkheid, opvallendheid, geloofwaardigheid, interessantheid?”*
 - *“Welk algemeen rapportcijfer zou u de campagne van de gemeente Bronckhorst geven?”*

HOOFDSTUK 4 RESULTATEN KIEZERSONDERZOEK

4.1 Inleiding

De resultaten van dit onderzoek worden in twee hoofdstukken besproken. In dit hoofdstuk zullen de resultaten van het kiezersonderzoek worden beschreven en de bijbehorende hypothesen worden beantwoord. In hoofdstuk 5 worden de resultaten van de campagne-evaluatie en het bijbehorende vooronderzoek gepresenteerd. Ook hier zal worden aangegeven of er bewijs is gevonden voor de hypothesen.

Het kiezersonderzoek

Een van de doelen van dit onderzoek is te achterhalen welke motieven een rol spelen bij herindelingsverkiezingen om wel of niet te stemmen. En te onderzoeken of deze motieven vergelijkbaar zijn met de motieven bij reguliere gemeenteraadsverkiezingen. Een antwoord hierop kan worden gevonden aan de hand van de resultaten van de 42 stellingen. Deze paragraaf gaat in op de mogelijke verbanden die tussen de onafhankelijke variabelen en de afhankelijke variabelen bestaan. Hierbij gaat het om het achterhalen van het bestaan van een causaal verband tussen de onafhankelijke variabelen en de keuze om wel of niet te gaan stemmen. Deze resultaten zullen worden vergeleken met de resultaten van het onderzoek naar de reguliere gemeenteraadsverkiezingen in Nijmegen van Van Deth en Roossen (1994).

De volgende hypothesen staan in dit hoofdstuk centraal:

- H1: Hoe meer vertrouwen iemand in de politiek heeft, hoe eerder men gaat stemmen.*
- H2: Hoe meer men denkt invloed uit te kunnen oefenen, hoe eerder men zal gaan stemmen.*
- H3: Wanneer bij kiezers een 'opkomst-norm' bestaat, zal men eerder de gang naar de stembus maken dan wanneer zij deze norm niet hebben geïnternaliseerd.*
- H4: Hoe meer politiek zelfvertrouwen men heeft, hoe eerder men zal stemmen.*
- H5: Hoe meer cynisch men is tegenover de politiek, hoe minder snel men zal gaan stemmen.*
- H6: Hoe meer men tevreden is over de betrokkenheid van de raadsleden, hoe eerder men zal gaan stemmen.*
- H7: Hoe meer politieke kennis en interesse iemand heeft, des te eerder men gaat stemmen.*
- H8: Kiezers die ontevreden zijn met de herindeling, blijven eerder thuis bij verkiezingen dan tevreden kiezers.*
- H9: Wanneer kiezers zich meer een onderdeel voelen van de politieke gemeenschap die centraal staat bij de betreffende verkiezingen, zullen zij eerder geneigd zijn om de gang naar de stembus te maken.*
- H10: Hoe ouder men is, hoe meer men zich verplicht voelt om te stemmen.*
- H11: Hoe ouder men is, hoe meer men geïnteresseerd is in politiek.*
- H12: Hoe ouder men is, hoe eerder men gaat stemmen.*

4.2 Betrouwbaarheids- en factoranalyse

Voordat er echter statistische analyses kunnen worden uitgevoerd is het belangrijk om te kijken hoe betrouwbaar en valide het meetinstrument is. Als blijkt dat het instrument betrouwbaar en valide is, kunnen er aan de hand van de resultaten conclusies worden getrokken. Volgens Swanborn (1994) is betrouwbaarheid in de traditionele methodologische literatuur, de mate waarin een meting of een meetinstrument vrij is van toevalsfouten. Als de invloed van het toevalscomplex gering is, blijkt dit uit een van meting tot meting stabiel meetresultaat, dan spreken we van een betrouwbare meting. De validiteit is volgens Swanborn (1994) de mate waarin een meting of een meetinstrument voor de meting van X vrij is van zowel toeval als systeemfouten. Bij validiteit gaat het om de vraag in hoeverre er gemeten wordt wat de onderzoeker wil meten. In deze paragraaf wordt er gekeken naar de betrouwbaarheid van de gebruikte schalen. Hierbij wordt gebruik gemaakt van een reliability test waarbij de Cronbachs Alpha wordt berekend. Na het invoeren van de gegevens uit de

enquête zijn er vragen omgeschaald, zodat de gegevens op de juiste manier bij de analyse gebruikt konden worden. Tevens is er een exploratieve factoranalyse uitgevoerd om te kijken of de items binnen de ontwikkelde constructen ook daadwerkelijk met elkaar samenhangen.

4.2.1 Betrouwbaarheidsanalyse

Om de gegevens te analyseren moeten de items van een construct samen worden gevoegd om zo een gemiddelde score op te leveren voor de gemeten variabelen. Zoals in het vorige hoofdstuk beschreven is, gaat het er bij de betrouwbaarheidsanalyse om te kijken of de respondent de verschillende vragen die samen een variabele meten consistent heeft ingevuld. De Cronbach's alpha is een waarde die aangeeft of er sprake is van een betrouwbare schaal voor het meten van de variabele. De waarde kan variëren tussen de 0 en 1, waarbij een waarde hoger dan 0.7 aangeeft dat er sprake is van een betrouwbare schaal. In dit geval is het statistisch gezien verantwoord de meting mee te nemen in een verdere analyse.

Tabel 4.1 Betrouwbaarheidsanalyse schaalconstructie

Construct	N	Cronbachs Alpha	Verwijderde items
Verlangde betrokkenheid	259	0.79	
Interesse	259	0.75	
Vertrouwen	258	0.73	
Cynisme	258	0.72	
Politiek zelfvertrouwen	255	0.76	
Invloed	258	0.68	-26&27 (26. Om politieke invloed uit te oefenen helpt stemmen niet. 27. Stemmen levert mij persoonlijk niets op.)
Noties van democratisch burgerschap	258	0.78	
Protest	256	0.77	
Onderdeel voelen van de gemeenschap	260	0.71	

Uit de tabel is af te lezen dat na verwijdering van twee items, alle waarden voor de betrouwbaarheid ruim aan de norm van 0.6 voldoen en dat het daarmee statistisch verantwoord is om ze mee te nemen in de verdere analyse.

4.2.2 Factoranalyse

De schalen zijn deels ontleend aan de wetenschappelijke literatuur en deels zelf samengesteld. Een vragenlijst in deze vorm is dus nog nooit eerder gebruikt, over de validiteit kunnen dus nog geen uitspraken worden gedaan. Er is daarom ook een exploratieve factoranalyse uitgevoerd om te kijken of er dezelfde factoren uitkwamen, als die vooraf door de onderzoeker zijn opgesteld. Of dat er eventueel nog andere factoren zijn gemeten die de onderzoeker over het hoofd heeft gezien. Het meetinstrument is door de onderzoeker verdeeld in de volgende negen constructen: Verlangde betrokkenheid, interesse, vertrouwen, cynisme, politiek zelfvertrouwen, invloed, noties van democratisch burgerschap, protest en onderdeel voelen van de gemeenschap.

Het meetinstrument is door de factoranalyse verdeeld in de volgende zeven factoren:

Tabel 4.2 Factoranalyse

	Item	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7
1.*	1			.773				
	2			.780				
	3			.780				
	4							
	5			.733				
2.	6				.795			
	7				.704			
	8				.765			
3.	9		.512					
	10		.648					
	11		.566					
	12		.571					
	13		-.566					
4.	14		-.474					
	15							
	16		-.687					
	17		-.508					
	18		-.492					
5.	19					.610		
	20					.798		
	21					.776		
	22				.478			
	23				.461	.535		
6.	24						.704	
	25						.683	
	26							
	27							
	28							
7.	29					.835		
	30					.800		
	31					.780		
6.	32							
	33							
	34							
8.	35	.409						
	36	.418						
	37							
9.	38	.778						
	39	.721						
	40	.598						
9.	41	.737						
	42	.783						
	43	.799						
Eigenvalue Total		8.991	4.624	2.512	1.899	1.609	1.325	1.153
Eigenvalue % Variance		21.048	11.010	5.980	4.522	3.984	3.832	2.745

*Vooraf opgestelde constructen:

1. Verlangde betrokkenheid
2. Interesse
3. Vertrouwen
4. Cynisme
5. Politiek zelfvertrouwen

6. Invloed
7. Noties van democratisch burgerschap
8. Protest tegen de herindeling
9. Onderdeel voelen van de gemeenschap

Zoals uit tabel 4.2 is af te lezen komen de constructen van de onderzoeker en de factoren uit de factoranalyse redelijk overeen. Sommige constructen kunnen in een factor worden ondergebracht, dit zijn construct 3 & 4 en construct 8 & 9. Om te zorgen voor een optimale validiteit van dit onderzoek worden bij de verdere analyses vertrouwen(3) & cynisme(4) en

protest(8) & onderdeel voelen van de gemeenschap(9) samengenomen. De andere aanpassingen op basis van de van factoranalyse zijn terug te vinden in tabel 4.3.

Tabel 4.3 Uiteindelijke schaalconstructie na betrouwbaarheidsanalyse en factoranalyse

Construct	Alpha	Aanpassing items op basis factoranalyse	Uiteindelijke constructen	Uiteindelijke Alpha
Verlangde betrokkenheid	0.79	-4 (4. <i>De politici van Bronckhorst staan ver van mij af</i>)	1. Verlangde Betrokkenheid	0.82
Interesse	0.75		2. Interesse	0.76
Vertrouwen Cynisme	0.73 0.72	Vertrouwen + Cynisme= Vertrouwen -15 (15. <i>Gemeenteraadsleden bekommeren zich niet om mensen zoals ik</i>)	3. Vertrouwen	0.84
Politiek zelfvertrouwen	0.76	-22 (22. <i>Ik weet wie de wethouders zijn</i>)	4. Politiek zelfvertrouwen	0.78
Invloed	0.59	-26&27 (26. <i>Om politieke invloed uit te oefenen helpt stemmen niet</i> . 27. <i>Stemmen levert mij persoonlijk niets op</i> .)	5. Invloed	0.68
Noties van democratisch burgerschap	0.77		6. Noties van democratisch burgerschap	0.77
Protest Onderdeel voelen van de gemeenschap	0.77 0.71	Protest + Onderdeel voelen van de gemeenschap -35&36 (35. <i>Door de nieuwe gemeente ken ik de raadsleden minder goed</i> 36. <i>Ik wist niet op wie ik moest stemmen</i>)	7. Onderdeel voelen van de gemeenschap	0.84

↔ = Deze constructen zijn op basis van de factoranalyse samengenomen.

Op basis van de twee analyses zijn een aantal items verwijderd en twee constructen samengevoegd (zie tabel 4.3), zodat er een betrouwbaar en valide instrument is overgebleven. De samengevoegde constructen vertrouwen en cynisme krijgen de nieuwe naam 'vertrouwen'. Het nieuwe construct protest en onderdeel voelen van de gemeenschap krijgt de nieuwe naam, 'onderdeel voelen van de gemeenschap'. In de verdere analyses zullen dus steeds 7 constructen worden gebruikt in plaats van items. Tot slot van deze paragraaf worden in tabel 4.4 de gemiddelde scores per construct gegeven. Op deze manier ontstaat er een globaal beeld van wat de mensen vinden.

Tabel 4.4 Gemiddelde scores op de constructen

Construct	N	Gemiddelde score	Waarde van scores	
1. Verlangde betrokkenheid	259	3.9	1= Betrokkenheid is goed	5= Betrokkenheid is slecht
2. Interesse	259	3.1	1= Niet geïnteresseerd	5= Wel geïnteresseerd
3. Vertrouwen	258	2.8	1= Weinig vertrouwen	5= Veel vertrouwen
5. Politiek zelfvertrouwen	255	3.0	1= Weinig zelfvertrouwen	5= Veel zelfvertrouwen
6. Invloed	258	3.0	1= Geen invloed	5= Wel invloed
7. Noties van democratisch burgerschap	258	3.9	1= Geen opkomstnorm	5= Wel opkomstnorm
9. Onderdeel voelen van de gemeenschap	257	2.5	1= Voelt zich nog geen onderdeel	5= Voelt zich wel onderdeel

Ten eerste valt op, dat men de betrokkenheid bij de politiek tamelijk slecht vindt. Mensen geven aan meer bij de politiek betrokken te willen worden. Het vertrouwen in de politiek neigt

naar weinig vertrouwen. De noties van democratisch burgerschap scoort vrij hoog, dit houdt in dat veel mensen een opkomstnorm hebben. De mate waarin mensen een opkomstnorm hebben is van invloed op het wel of niet stemmen. In deze steekproef bestond 79.5% uit stemmers, vandaar dat hier de score ook hoog is. De mate waarin de mensen zich onderdeel voelen van de gemeenschap is wat aan de lage kant. Dit betekent dat nog veel mensen zich geen onderdeel voelen van de gemeenschap. De constructen interesse, politiek zelfvertrouwen en invloed is neutraal gescoord, hier valt daarom weinig over te zeggen.

4.3. Correlatie en regressie analyse

Na de vaststelling van de betrouwbaarheid en validiteit, kunnen nu de hypothesen worden beantwoord. Hiervoor is eerst een correlatie analyse uitgevoerd en daarna een regressie analyse.

4.3.1. Correlatie analyse

Een correlatie analyse geeft inzicht in het verband tussen twee variabelen. In tabel 4.5 is af te lezen dat het wel of niet stemmen correleert met interesse, vertrouwen, invloed, noties van democratisch burgerschap en onderdeel voelen van de gemeenschap. De leeftijd correleert alleen met interesse en noties van democratisch burgerschap.

Tabel 4.5 Correlatie analyse

Constructen	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
1. Verlangde betrokkenheid	-								
2. Interesse	.237**	-							
3. Vertrouwen	-.429**	.055	-						
4. Politiek zelfvertrouwen	.293**	.501**	-.142*	-					
5. Invloed	-.191**	.101	.419**	.108	-				
6. Noties van democratisch burgerschap	-.027	.072	.218**	.043	.239**	-			
7. Onderdeel voelen van de gemeenschap	-.274**	.165**	.573**	.001	.372**	.116	-		
8. Leeftijd	.117	.236**	.000	.050	-.099	.185**	.020	-	
9. Wel of niet stemmen	-.069	.281**	.209**	.095	.154*	.393**	.153	.054	-

* Significant bij $p < 0.05$ (2-zijdig)

** Significant bij $p < 0.01$ (2-zijdig)

4.3.2 Regressie analyse

Wanneer de invloed wordt nagegaan van een of meerdere onafhankelijke variabelen (X) op een afhankelijke variabele (Y), wordt meestal een lineaire regressie analyse toegepast. Zo'n regressie model gaat er van uit dat de afhankelijke variabele continu van aard is, dus gemeten is op interval- of rationiveau. In dit geval is de afhankelijke variabele, wel of niet stemmen, dichotoom. Een lineaire regressie analyse is dan niet mogelijk. Om toch de invloed van allerlei onafhankelijke variabelen na te kunnen gaan wordt hier de logistische regressie analyse gebruikt. Het grote verschil tussen de lineaire en logistische regressie is dat het logistische model uit gaat van kansen, of beter gezegd van kansverhoudingen: odds. De odds in dit geval is de kans om wel te gaan stemmen (p_{wel}) gedeeld door de kans om niet te gaan stemmen (p_{niet}). Een odds heeft een bereik van 0 (de kans om te gaan stemmen is nul) tot oneindig (de kans om te gaan stemmen is één).

Om de hypothesen te kunnen bewijzen, zijn eerst alle constructen gezamenlijk ingevoerd.

Tabel 4.6 Logistische regressie analyse voor het wel of niet stemmen

Verklarende variabelen	B-coëfficiënt	Exp (B)	Wald	SE
Verlangde betrokkenheid	-.377	.686	1.101	.359
Interesse	1.233**	3.432	14.319	.326
Vertrouwen	.728	2.071	1.946	.522
Politiek zelfvertrouwen	-.072	.931	.056	.302
Invloed	-.125	.88	.176	.297
Noties van democratisch burgerschap	1.376**	3.958	25.293	.274
Onderdeel voelen van de gemeenschap	-.094	.911	.087	.318
Leeftijd	.003	1.003	.039	.014
Nagelkerke pseudo R^2	.384			
Df	1			

** Significant bij $p < 0.01$

Op basis van de resultaten van de logistische regressie analyse kunnen alleen H3 en H7 worden aangenomen. Dat wil dus zeggen dat hoe meer mensen geïnteresseerd zijn in de politiek, hoe eerder zij zullen stemmen. Ook geldt dat wanneer bij kiezers een 'opkomst-norm' bestaat, zij eerder de gang naar de stembus zullen maken dan wanneer zij deze norm niet hebben geïnternaliseerd. Verder is in deze tabel is duidelijk af te lezen welk deel van de variantie van de afhankelijke variabele wordt verklaard door de onafhankelijke variabelen, dit is 38.4% (Nagelkerke pseudo).

Er zit wel een nadeel aan de Wald-statistic: als de waarde van de regressie-coëfficiënt **B** groot is, dan kan het zo zijn dat er op basis van de Wald-statistic besloten wordt dat er geen significant effect is, terwijl dat er eigenlijk wel is. Als het effect van een variabele net niet significant is, is het goed om nog een logistische regressie analyse uit te voeren zonder de andere variabelen. Daarom zijn ook alle constructen nog een keer apart geanalyseerd. Hieronder zullen de constructen worden besproken waarbij alsnog een significant verband is

gevonden. Dit zijn de constructen: vertrouwen, invloed en onderdeel voelen van de gemeenschap.

Tabel 4.7 Regressie analyse vertrouwen

Verklarende variabele	B-coëfficiënt	Exp (B)	Wald	SE	Nagelkerke pseudo R ²	Df
Vertrouwen	.953**	2.593**	10.616	.292	.067	1

** Significant bij $p < 0.01$

Tabel 4.8 Regressie analyse invloed

Verklarende variabele	B-coëfficiënt	Exp (B)	Wald	SE	Nagelkerke pseudo R ²	Df
Invloed	.485*	1.624*	5.931	.199	.037	1

*Significant bij $p < 0.05$

Tabel 4.9 Regressie analyse onderdeel voelen van de gemeenschap

Verklarende variabele	B-coëfficiënt	Exp (B)	Wald	SE	Nagelkerke pseudo R ²	Df
Onderdeel voelen van de gemeenschap	.491*	1.634*	5.883	.202	.038	1

*Significant bij $p < 0.05$

Wanneer de regressie van de constructen apart worden geanalyseerd, worden er nog andere significante verbanden gevonden. Met behulp van deze aparte analyses is er ook bewijs gevonden voor de hypothesen: H1, H2, H8 en H9.

H1: Hoe meer vertrouwen men heeft, hoe eerder men gaat stemmen.

H2: Hoe meer men denkt invloed uit te kunnen oefenen, hoe eerder men zal gaan stemmen.

H5: Hoe meer cynisch men is tegenover de politiek, hoe minder snel men zal gaan stemmen.

H8: Kiezers die ontevreden zijn met de herindeling, blijven eerder thuis bij verkiezingen dan tevreden kiezers.

H9: Wanneer kiezers zich meer een onderdeel voelen van de politieke gemeenschap die centraal staat bij de betreffende verkiezingen, zullen zij eerder geneigd zijn om de gang naar de stembus te maken.

Om de hypothesen 10, 11 en 12 te toetsen is er een normale lineaire regressievergelijking uitgevoerd, leeftijd is geen dichotome variabele.

Tabel 4.10 Regressie analyse interesse en leeftijd

Verklarende variabelen	F-waarde	Df	Adjusted square R ²	Regressiecoëfficiënt Bèta
Leeftijd	14.801**	252	.052	.013

**Significant bij $p < 0.01$

Tabel 4.11 Regressie analyse noties van democratisch burgerschap en leeftijd

Verklarende variabelen	F-waarde	Df	Adjusted square R ²	Regressiecoëfficiënt Bèta
Leeftijd	8.885**	253	.030	.011

**Significant bij $p < 0.01$

Uit de tabellen 4.10 en 4.11 blijkt dat hoe ouder men is, hoe meer men geïnteresseerd is in de politiek. En hoe ouder men is, hoe meer men stemmen als een plicht ziet. Hiermee is dus

bewijs gevonden dat de hypothesen H10 en H11 waar zijn. Er is geen bewijs gevonden voor H12: Hoe ouder men is, hoe eerder men gaat stemmen.

De hypothesen H4, H6 en H12 kunnen op basis van deze resultaten worden verworpen.

H4: *Hoe meer politiek zelfvertrouwen men heeft, hoe eerder men zal stemmen.*

H6: *Hoe meer men tevreden is over de betrokkenheid van de raadsleden, hoe eerder men zal gaan stemmen.*

H12: *Hoe ouder men is, hoe eerder men gaat stemmen.*

4.4 Vergelijking herindelingsverkiezingen en reguliere verkiezingen.

Zoals al eerder is vermeld, worden de resultaten van dit kiezersonderzoek nog interessanter wanneer ze worden vergeleken met de resultaten van onderzoek bij reguliere verkiezingen. Daarom worden in deze paragraaf de R^2 squares vergeleken met de R^2 squares van het onderzoek van Van Deth en Roossen (1994). De R^2 squares van de herindelingsverkiezing zijn verkregen door alle motieven individueel te analyseren met de logistische regressie analyse.

Tabel 4.12 Vergelijking R^2 squares met eerder onderzoek.

<i>Motieven</i>	<i>Bijdrage van de motieven aan electorale absentie (R^2) Regulier Gemeenteraadsverkiezingen Nijmegen 1994</i>	<i>Bijdrage van de motieven aan electorale absentie (R^2) Herindeling Gemeenteraadsverkiezingen Bronckhorst 2004</i>
<i>Inzicht werking politiek systeem/ interesse</i>	<i>0.035</i>	<i>0.125</i>
<i>Verlangde betrokkenheid</i>	<i>0.003</i>	<i>0.008</i>
<i>Vertrouwen in politiek</i>	<i>0.003</i>	<i>0.046</i>
<i>Politiek cynisme</i>	<i>0.010</i>	<i>0.061</i>
<i>Politiek zelfvertrouwen</i>	<i>0.031</i>	<i>0.015</i>
<i>Invloed</i>	<i>0.010</i>	<i>0.037</i>
<i>Noties democratisch burgerschap</i>		<i>0.213</i>
<i>Onderdeel voelen van de gemeenschap</i>		<i>0.038</i>

Toelichting tabel: Voor deze vergelijking zijn wel de afzonderlijke constructen Vertrouwen & Cynisme gebruikt, omdat ze anders niet konden worden vergeleken.

Uit tabel 4.12 blijkt dat er tijdens reguliere verkiezingen andere motieven van invloed zijn op het wel of niet stemmen dan tijdens de herindelingsverkiezingen van Bronckhorst. Alleen de motieven interesse en invloed spelen bij beide verkiezingen een rol. Zo zijn vertrouwen in de politiek en cynisme bij herindelingsverkiezingen belangrijke voorspellers, terwijl dit bij reguliere verkiezingen geen verklaring vormt voor het niet-stemmen. Politiek zelfvertrouwen is wel van invloed bij reguliere verkiezingen maar niet bij de herindelingsverkiezing van Bronckhorst en de verlangde betrokkenheid speelt bij beide verkiezingen geen rol. Tot slot zijn er nog twee constructen die alleen in dit onderzoek zijn gemeten, noties van democratisch burgerschap, en onderdeel voelen van de gemeenschap. Alle twee waren ook van invloed bij het wel of niet stemmen.

Vooraf politiek cynisme, vertrouwen en zich onderdeel voelen van de gemeenschap zijn motieven die anders zijn bij de herindelingsverkiezingen. Wanneer naar de R^2 squares wordt gekeken blijkt dat toch een deel van de variantie wordt verklaard door deze factoren. De 10% opkomstdaling bij herindelingsverkiezingen kan dus niet alleen worden verklaard door het ontbreken van media aandacht.

4.5 Overige beschrijvende resultaten

Hieronder volgen nog een aantal beschrijvende resultaten die te maken hebben met het stemgedrag van mensen. Deze overige resultaten zijn bedoeld als extra ondersteuning voor de praktische aanbevelingen in hoofdstuk 7.

4.5.1. Steminformatie

Als eerste is gevraagd aan de respondenten die niet hebben gestemd, of zij wisten dat er verkiezingen waren op 17 november 2004.

Tabel 4.13 Wist u dat er verkiezingen waren?

	Aantal	Percentage %
<i>Nee, dat wist ik niet</i>	4	6,9
<i>Ja, dat wist ik wel</i>	54	93,1
<i>Totaal</i>	58	100

Slechts 6.9% van de niet-stemmers wist niet dat er verkiezingen waren.

Verder is er gevraagd aan de stemmers om welke reden zij op een bepaalde partij hebben gestemd. Zo weet men voor de toekomst waar men zich vooral op moet richten.

Tabel 4.14 Om welke reden heeft u op een bepaalde partij gestemd?

Reden	Aantal	Percentage %*
<i>Partijprogramma</i>	108	52
<i>Eigen dorp</i>	55	24.2
<i>Stem altijd daarop</i>	72	31.7
<i>Partijcampagne</i>	9	4
<i>Raadslid vriend</i>	11	4.8
<i>Anders</i>	9	4

* Respondenten konden bij deze vraag meerdere antwoorden geven, het percentage komt dus ook niet op 100% uit.

Uit tabel 4.14 blijkt dat meer dan de helft van de stemmers heeft gekozen op basis van het partijprogramma. Het is dus voor partijen belangrijk dat zij een helder en duidelijk partijprogramma communiceren. Op de tweede plaats komt de reden dat mensen altijd op die bepaalde partij stemmen. En als derde vindt men het belangrijk dat er een raadslid uit zijn of haar eigen dorp in de gemeenteraad komt. Wellicht heeft dit punt bij de laatste verkiezingen een versterkte rol gespeeld, omdat de gemeente groter is geworden en kleine dorpjes misschien in het niet vallen. Opvallend maar wel in overeenstemming met de andere resultaten, vormt de partijcampagne nauwelijks een reden om op een bepaalde partij te stemmen. Partijen die denken met een laatste eindspurtcampagne nog allemaal kiezers te trekken, kunnen dat vergeten. Verdere aanbevelingen hiervoor zijn terug te vinden in hoofdstuk 6. Tot slot is er slechts een klein percentage die vanwege een familielid, vriend of kennis op een bepaalde partij heeft gestemd.

Opvallend aan de volgende tabel 4.15 is de grote hoeveelheid respondenten die zegt altijd te gaan stemmen. Niet heel verrassend natuurlijk, omdat deze mensen politiek actiever zijn en daarom ook sneller bereid zijn om een vragenlijst in te vullen.

Tabel 4.15 Welke soort stemmers hebben er gereageerd?

Situatie	Aantallen	Percentages %
<i>Ik stem altijd bij gemeenteraadsverkiezingen</i>	201	73,6
<i>Ik heb de vorige keer wel gestemd, maar nu niet</i>	40	14,7
<i>Ik stem nooit bij gemeenteraadsverkiezingen</i>	14	5,1
<i>Ik heb de vorige keer niet gestemd, maar nu wel</i>	12	4,4
<i>Ik ben na 2002 18 geworden en ik heb nu wel gestemd</i>	1	1,5
<i>Ik ben na 2002 18 geworden en ik heb nu niet gestemd</i>	1	0,4
<i>Niet ingevuld</i>	4	1,1
Totaal	273	100

4.5.2. Niet-stemmers

Er is zowel aan de niet-stemmers als aan de stemmers gevraagd welke motieven zij hadden voor de keuze om wel of niet te stemmen. In de volgende tabel 4.16 staan als eerste de motieven van de niet-stemmers vermeld.

Tabel 4.16 Motieven om niet te gaan stemmen

Motieven	Aantal	Percentage* %
<i>De gemeente is veel te groot geworden</i>	28	49,1
<i>Weet te weinig van politiek</i>	19	33,3
<i>Ken de raadsleden niet meer</i>	14	24,6
<i>Kon niet (ziek, vakantie enz)</i>	13	22,8
<i>Raadsleden luisteren niet naar mijn stem</i>	10	17,5
<i>Uit protest tegen de herindeling</i>	9	15,8
<i>Geen belangstelling</i>	7	12,3
<i>Gemeente gaat niet over belangrijke dingen</i>	6	10,5
<i>Stem doet er niet toe</i>	2	3,5
<i>Standpunten lijken te veel op elkaar</i>	5	8,8
<i>Geen oproep ontvangen</i>	1	1,8
<i>Het gaat goed, dus ik hoef niet te stemmen.</i>	0	0
N	57	

* Respondenten konden bij deze vraag meerdere antwoorden geven, het percentage komt dus ook niet op 100% uit.

Het meest genoemde motief voor mensen om niet te gaan stemmen is, dat de gemeente veel te groot is geworden. 24.6% Kende de raadsleden niet meer en wist daarom ook niet op wie te moeten stemmen. 33.3% Gaf aan te weinig van de politiek te weten, om te kunnen stemmen. Relatief weinig mensen gaven een praktische reden voor hun afwezigheid bij de stembus, slechts 22.8%. Bij normale reguliere verkiezingen ligt dit percentage rond de 40 tot 50% (van Deth en Roosen, 1994; Smeets 1994). Bij deze herindelingsverkiezingen zijn het dus vooral politieke redenen waarom mensen niet zijn gaan stemmen. Dit kan wellicht verklaard worden door de bijzondere aard van de verkiezingen, namelijk de gemeentelijke herindeling. Waarschijnlijk speelde weerstand tegen deze herindeling een grote rol waardoor meer dan normaal, gevoelens en attitudes bepalen of mensen wel of niet naar de stembus

gaan. Normaal gesproken geeft ongeveer 20% aan niet te stemmen vanwege protest, cynisme en wantrouwen (van Deth en Roosen, 1994; Smeets 1994). Terwijl dit percentage bij deze verkiezingen op 65% ligt. Waarschijnlijk ligt hier ook het antwoord op de vraag, waarom de opkomstpercentages bij herindelingsverkiezingen structureel lager liggen. Protest speelt bij de motivering om niet te stemmen een opvallend grote rol. De percentages op de overige redenen, incompetentie, interesse en stem doet er niet toe, wijken niet extreem af van de uitkomsten van de andere onderzoeken.

In de tabel 4.17 op de volgende pagina, is de t-toets weergegeven tussen de scores op de constructen en de motieven waarom mensen niet zijn gaan stemmen. Het doel van deze tabel is de betrouwbaarheid en de consistentie van de vragenlijst vast te stellen. Door middel van deze tabel wordt duidelijk in hoeverre mensen de vragenlijst serieus hebben ingevuld. Wanneer ze bijvoorbeeld eerst aangeven niet te zijn gaan stemmen omdat ze niet geïnteresseerd zijn, zou het niet logisch zijn wanneer bij de attitude interesse heel hoog zou worden gescoord.

Tabel 4.17 T-toets tussen motieven en de scores op de attitudes

Motieven om niet te stemmen	Wel van toepassing / niet van toepassing	N	Verlangde betrokkenheid	Interesse	Vertrouwen	Politiek zelf-vertrouwen	Invloed	Noties v democratisch burgerschap	Onderdeel voelen van de gemeenschap
			Means	Means	Means	Means	Means	Means	Means
<i>Geen oproep ontvangen</i>	Wel	1	X	X	X	X	X	X	X
	Niet	47							
<i>Kon niet (ziek vakantie enz)</i>	Wel	9	3.9	3.0	2.8	3.0	3.3	3.6	2.7
	Niet	39	4.0	2.5	2.5	2.8	2.7	3.1	2.2
<i>Weet te weinig van politiek</i>	Wel	16	3.8	2.0**	2.8	2.3**	2.8	3.3	2.5
	Niet	32	4.1	3.0**	2.4	3.1**	2.8	3.2	2.1
<i>Stem doet er niet toe</i>	Wel	2	4.0	3.8	1.8	3.3	2.8	2.7	2.1
	Niet	46	4.0	2.6	2.6	2.8	2.8	3.2	2.3
<i>Standpunten lijken te veel op elkaar</i>	Wel	5	4.7*	2.9	2.3	3.6	2.5	3.3	2.3
	Niet	43	3.9*	2.6	2.6	2.7	2.8	3.2	2.3
<i>Het gaat goed, dus ik hoef niet te stemmen.</i>	Wel	0	X	X	X	X	X	X	X
	Niet	48							
<i>Uit protest tegen de herindeling</i>	Wel	8	4.3	2.9	2.3	3.2	2.4	3.0	1.9
	Niet	40	4.0	2.6	2.6	2.7	2.9	3.2	2.3
<i>Geen belangstelling</i>	Wel	6	3.7	1.4**	2.6	2.1	2.5	2.7	1.8
	Niet	42	4.1	2.8**	2.5	2.9	2.8	3.3	2.3
<i>Raadsleden luisteren niet naar mijn stem</i>	Wel	9	4.6**	2.7	1.9**	3.0	2.4	2.7	1.8*
	Niet	39	3.9**	2.6	2.7**	2.75	2.9	3.3	2.4*
<i>Gemeente gaat niet over belangrijke dingen</i>	Wel	6	4.5**	3.8**	1.9*	3.9**	2.6	2.7	1.8
	Niet	42	3.9**	2.5**	2.6*	2.6**	2.8	3.3	2.3
<i>Ken de raadsleden niet meer</i>	Wel	12	4.3	2.9	2.3	3.1	2.5	3.4	2.0
	Niet	36	3.9	2.5	2.6	2.7	2.9	3.1	2.4
<i>De gemeente is veel te groot geworden</i>	Wel	24	4.1	2.7	2.5	3.0	2.7	3.3	2.0**
	Niet	24	4.0	2.6	2.6	2.6	2.9	3.0	2.6**

* Significant bij $p < 0.05$ (2-zijdig)

** Significant bij $p < 0.01$ (2-zijdig)

Uit tabel 4.17 zijn een aantal conclusies te trekken. Deze conclusies ondersteunen de betrouwbaarheid en consistentie van de vragenlijst. In deze tabel zijn de motieven om niet te stemmen uitgezet tegen de scores op de constructen. Met behulp van de t-toets kan worden gekeken of de verschillen tussen de groepen significant zijn. Uit deze tabel blijkt dat er logische verbanden zijn te vinden met de constructen:

- Mensen die als motief opgaven te weinig van de politiek af te weten, scoren op de constructen interesse en zelfvertrouwen significant lager dan de mensen die dit niet hebben ingevuld.
- Mensen die niet hebben gestemd, omdat ze de standpunten te veel op elkaar vinden lijken, vinden dat de burger meer bij de politiek betrokken moet worden.
- De mensen die niet hebben gestemd, omdat ze geen belangstelling hebben voor de politiek, scoren significant lager op het construct interesse.
- Het motief: raadsleden luisteren niet naar mijn stem, is vooral gekozen door mensen die vinden dat burgers te weinig betrokken worden, die weinig vertrouwen hebben, en die tegen de herindelingen waren.
- Mensen die vinden dat de gemeente niet over belangrijke dingen gaat, scoren hoger op de verlangde betrokkenheid, interesse en politiek zelfvertrouwen en scoren lager op vertrouwen en zich onderdeel voelen van de gemeenschap.
- En tot slot, de mensen die vinden dat de gemeente veel te groot is geworden, voelen zich minder een onderdeel van de gemeenschap.

Concluderend kan dus worden gezegd dat de mensen de vragenlijst, serieus en consistent hebben ingevuld.

4.5.3. Stemmers

Aan de hand van de volgende tabel 4.18 zullen ook de motieven worden besproken van de mensen die wel hebben gestemd.

Tabel 4.18 Wat is uw mening over deze stelling, betreft redenen om wel te gaan stemmen?

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens	Gemid- delde	N=
Het houden van verkiezingen past binnen de democratie waar ik waarde aan hecht.	0.5%	0%	8.1%	34.3%	57.1%	4.5	210
Door te stemmen kun je invloed op het beleid uitoefenen.	2.4%	12.4%	22.5%	43.5%	19.1%	3.6	209
Ik geef hiermee steun aan de partij die mij aanspreekt.	1.4%	1.4%	7.1%	55.5%	34.6%	4.2	211
Ik vind het belangrijk dat de problemen in Bronckhorst goed aangepakt worden.	1.0%	0.5%	6.7%	39.7%	52.2%	4.4	209
Het is een kleine moeite.	4.3%	2.9%	16.8%	35.1%	40.9%	4.0	208
Ik heb duidelijk willen maken dat het roer om moet.	5.3%	15.9%	48.1%	18.8%	12%	3.2	208
Nu de gemeente zo groot is, vind ik het belangrijk dat er iemand uit mijn dorp in de gemeenteraad zit.	3.8%	4.3 %	22.1%	32.7%	37%	3.9	208

Een overduidelijke meerderheid van de stemmers ziet stemmen als een morele plicht om de democratie in stand te houden. Iets minder mensen zijn er van overtuigd dat je door stemmen invloed kunt uitoefenen op het beleid, maar toch nog 62.6% van de stemmers zijn het hier wel mee eens. Ook is een duidelijke meerderheid van mening dat je stemt om steun te geven aan een partij. Meer dan 90% vindt het belangrijk dat de problemen in Bronckhorst goed aangepakt worden.

HOOFDSTUK 5 RESULTATEN CAMPAGNE-EVALUATIE

5.1 Inleiding

Het tweede deel van het onderzoek bestond uit een campagne-evaluatie van de opkomstbevorderende campagne. In dit hoofdstuk zullen de resultaten van dit onderdeel worden besproken en worden de bijbehorende hypothesen beantwoord.

Campagne-evaluatie

Het tweede doel van dit onderzoek is achterhalen in hoeverre een opkomstbevorderende campagne de stemmingsopkomst kan beïnvloeden. In dit hoofdstuk zullen het bereik, de invloed en de waardering van de gezamenlijk gevoerde opkomstbevorderende campagne worden besproken. In bijlage 2 is het projectvoorstel van de campagne opgenomen.

De hypothesen die in dit hoofdstuk centraal staan zijn:

H13: *Er is een verband tussen de mate van politieke interesse en de mate waarin men kennis heeft genomen van voorlichtingsactiviteiten.*

H14: *Stemmers nemen meer kennis van voorlichtingsacties dan niet stemmers.*

5.2 Resultaten van het vooronderzoek

Om een goed beeld te krijgen van de gezamenlijk, gevoerde campagne zijn er eerst kwalitatieve interviews gehouden met de leden van de werkgroep, die de campagne bedacht hebben. Deze werkgroep bestond uit de griffier en een afgevaardigde van iedere deelnemende politieke partij. Door deze interviews ontstond een goed beeld van de precieze activiteiten die zijn gedaan. De doelen van de campagne werden duidelijk. En tot slot werd helder wat de raadsleden van de campagne vonden en hoe effectief zij dachten dat de campagne was geweest. De raadsleden zijn eerst per e-mail gevraagd of zij binnenkort mee wilden werken aan een kort telefonisch interview, waarbij zij zelf de datum en het tijdstip konden bepalen. Vijf van de zes partijen gaven aan mee te willen werken aan het vooronderzoek.

5.2.1. Concreet uitgevoerde activiteiten

- *Lijsttrekkersdebat Hummelo en Keppel en lijsttrekkersdebat Hengelo:*
Aan deze debatten deden alle lijsttrekkers van de ingeschreven politieke partijen mee. Tijdens het debat reageerden de lijsttrekkers op de uitkomsten van het bellersonderzoek en brachten daarmee hun eigen partijprogramma voor het voetlicht. Beide debatten werden door ongeveer honderd mensen bezocht.
- *Artikelen over verkiezingen in het Contact, de Bronckhorster en de Gelderlander:*
Er is een reclamecampagne in de lokale weekbladen geweest, om lezers te prikkelen en een (politieke) mening over hun nieuwe gemeente te vormen. Zo zijn de stellingen gepubliceerd die zijn gebruikt bij het bewonersonderzoek en het debat. Ook zijn er oproepen via advertenties geplaatst om het lijsttrekkersdebat, de plaatsen die door de politieke karavaan worden aangedaan en de verkiezingsavond bekendheid te geven. Verder zijn vooral de weekbladen de Bronckhorster en Contact zeer actief geweest in het plaatsen van artikelen en interviews, om inwoners te informeren over alle facetten van de verkiezing.
- *Informatie over de verkiezingen op radio Ideaal:*
De lokale radiozender Radio Ideaal heeft de technische installatie geleverd voor de lijsttrekkersdebatten. Deze lijsttrekkersdebatten zijn ook live uitgezonden. Verder heeft radio Ideaal actief reclamespotjes en interviews met raadsleden uitgezonden.

- *Politieke Karavaan en informatiemarkt Bronckhorst/Steenderen, Zelhem en Vorden:*
Op een drietal zaterdagmiddagen presenteerden de deelnemende lokale politieke partijen zich aan de bewoners van de toekomstige gemeente Bronckhorst. De drie locaties waren Vorden, Steenderen en Zelhem. Deze locaties waren een logisch gevolg van het feit dat er openbare debatten werden georganiseerd in de plaatsen Hengelo en Hummelo/ Keppel. Op deze wijze werden alle activiteiten in het kader van de gemeentelijke herindelingsverkiezingen geografisch verdeeld over de toekomstige nieuwe gemeente. De presentatie van de lokale partijen vond plaats op een plek waar, naast fysieke ruimte, veel bewoners bewust en onbewust geconfronteerd werden met de activiteit. Dit was bijvoorbeeld een marktplein, omdat zich daar op een zaterdagmiddag in de regel veel mensen ophouden. Het doel van de presentatie was dat de partijen actief hun programma konden uitdragen en de potentiële raadsleden zich fysiek aan de belangstellende konden presenteren.
- *Belronde onder de inwoners door raadsleden:*
Er zijn negen stellingen geformuleerd die als doel hadden de bewoners te prikkelen en aan te zetten tot nadenken. De mening van de bewoners (planning: 100 per gemeente, totaal 500 personen) werd onderzocht d.m.v. een telefonische enquête, uitgevoerd door de raadsleden van de oude gemeenten. De uitslag van de enquête werd gebruikt tijdens de twee debatten met de lijsttrekkers. De stellingen waren van te voren bekend bij de lijsttrekkers, zodat zij zich konden voorbereiden. De uitslag daarentegen, werd pas bekend gemaakt tijdens het debat. Bijna iedereen die werd gevraagd wilde meewerken, en de mensen waren heel spraakzaam. Daarom hebben er uiteindelijk maar 144 personen deelgenomen aan de telefonische enquête.

5.2.2. Samenvatting interviews met raadsleden

De raadsleden waren over het algemeen erg te spreken over de gezamenlijk gevoerde campagne. Vooral voor de wat kleinere partijen met een klein budget was dit een ideale manier om mee te liften. Het doel van de campagne was het bevorderen van de opkomst. Volgens velen hebben de activiteiten niet het gewenste resultaat opgeleverd. "Misschien wel iets, maar niet veel." Ten opzichte van de andere gemeenten mag Bronckhorst niet klagen met een opkomstpercentage van 53,9%. Toch hadden de raadsleden er iets meer van verwacht, vooral de belangstelling viel ze tegen.

De lijsttrekkersdebatten werden goed bezocht, maar de mensen werden te weinig bij het debat betrokken. Iedereen merkte op dat de discussieleider, het publiek veel te weinig aan het woord liet. Verder waren de debatten misschien iets te algemeen, het was beter wanneer er een thema aan zou worden verbonden. "Onze eigen debatten werden beter bezocht, dit kwam omdat er een thema aan was verbonden."

Over de reclame en publiciteit was eigenlijk iedereen enthousiast. In de lokale blaadjes (de Bronckhorster en Contact) werd zeer veel aandacht besteed aan de verkiezingen. "Ondanks het lage budget van de campagne, hebben we toch zeer veel publiciteit gehad." Iedere week werd er een middenpagina besteed aan de verkiezingen, waar elke partij een stukje voor kon schrijven. "Het bereik hiervan was ook heel goed. Veel mensen gingen in gesprek met ons, aan de hand van die stukjes in de krant." De publiciteit in de landelijke en regionale pers viel de raadsleden wel tegen. Bijvoorbeeld de Gelderlander heeft nauwelijks aandacht besteed aan de verkiezingen. "Wij vonden het heel jammer dat we werden geboycot door de landelijke en regionale pers."

Over de politieke karavaan en de informatiemarkten waren de raadsleden minder enthousiast. Een eerste punt was de matige voorbereiding. De partijen moesten ter plekke de kraampjes opbouwen, temidden van geparkeerde auto's. Verder was de muziek al klaar, terwijl de karavaan van de raadsleden nog moest beginnen. Naast deze organisatorische minpuntjes was de belangstelling bij deze activiteit ook zeer matig. Veel partijen gaven aan in de toekomst niet meer mee te zullen doen aan een politieke karavaan of informatiemarkt. "De politieke karavaan en informatiemarkten vonden we het minst nuttig."

De belronde onder de inwoners werd door de meeste partijen als positief ervaren. "Over de belronde onder de inwoners zijn we zeer enthousiast, het is heel positief om te zien dat er zoveel contacten gelegd kunnen worden. Mensen zijn tijdens zulke gesprekken heel open." Alleen Groenlinks en D66 haakten op het laatste moment af omdat zij hier het nut niet van inzagen, de andere partijen vonden dit erg jammer. De belangstelling bij de burgers was groot, bijna iedereen was bereid om mee te werken. Alleen waren de raadsleden wel van mening dat er te weinig met de resultaten is gedaan. Er was verder in de campagne geen link naar de belronde en de resultaten werden niet teruggekoppeld. Kortom, het was een leuk en goed initiatief, maar er had meer uitgehaald kunnen worden.

5.2.3. Overige meningen en opmerkingen

Meerdere raadsleden gaven aan dat in de toekomst activiteiten niet meer te algemeen moeten zijn, zoals bijvoorbeeld de informatiemarkten, want dat gaat aan het publiek voorbij. Activiteiten moeten gekoppeld worden aan thema's, dan hebben ze veel meer effect. Doelgerichtheid is volgens de raadsleden heel belangrijk, te algemene activiteiten schieten hun doel voorbij.

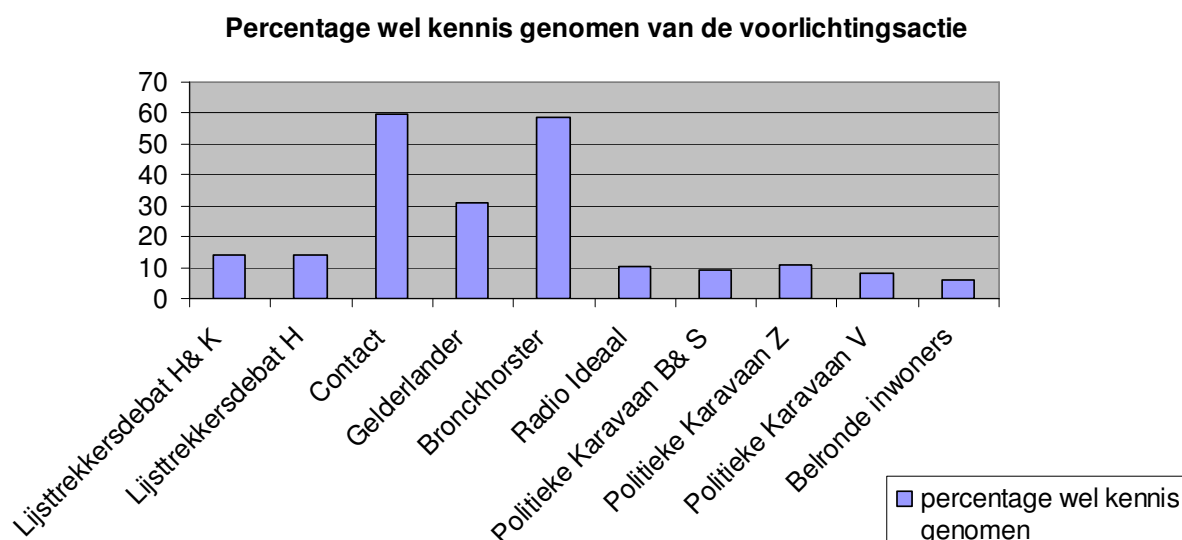
Ook geven de grote partijen met een redelijk budget aan, continu campagne te willen gaan voeren. Zij zijn van mening dat campagnes op het laatste moment, weinig effect meer hebben.

De meeste partijen denken dat de campagne een beperkt effect heeft gehad. Ze denken dat de opkomst anders misschien nog iets lager was geweest. De motieven die de raadsleden geven voor het wegblijven van de stembus, lopen nogal uiteen. De een zegt dat de herindeling geen rol speelt, maar dat het pure desinteresse is. De ander zegt juist weer dat protest tegen de herindeling juist wel een oorzaak is geweest.

5.3 Beschrijvende resultaten van de campagne-evaluatie

5.3.1 Bereik en effect van de voorlichtingscampagne

Grafiek 5.1 Kennis per voorlichtingsactie.



Grafiektoelichting: De vergelijking die hier wordt gemaakt is echter niet helemaal terecht. Immers zijn bij de belronde slechts 144 mensen gebeld, logisch dat dit percentage dan ook laag ligt.

In bovenstaande grafiek is duidelijk te zien van welke voorlichtingsactiviteiten men het meest kennis heeft genomen. De artikelen over de verkiezingen in de lokale bladen, Contact en de Bronckhorster, steken er met kop en schouders bovenuit, met 60 %. Gevolgd door de artikelen in de regionale krant de Gelderlander, waar door 32% van de ondervraagden kennis van is genomen. Van de andere activiteiten is beduidend minder kennis genomen, hierbij liggen de percentages van wel kennis genomen tussen de 5 en 13%.

In de tabel 5.2 hieronder is duidelijk het verschil in bereik tussen wel en niet-stemmers af te lezen.

Tabel 5.2 Het bereik bij stemmers en niet stemmers

Activiteiten	Niet-stemmers	Stemmers
	Percentage wel kennis	Percentage wel kennis
Lijsttrekkersdebat Hummelo en Keppel	10.3	14.8
Lijsttrekkersdebat Hengelo	8.6	15.8
Artikelen in Contact	48.3	62.8
Artikelen in de Gelderlander	17.2	34.8
Artikelen in de Bronckhorster	43.1	62.8
Informatie op radio Ideaal	6.9	11.2
Politieke karavaan Bronckhorst/Steenderen	6.9	9.8
“ “ Zelhem	10.3	10.7
“ “ Vorden	3.4	9.8
Belronde onder inwoners door raadsleden	1.7	7.0
N=	58	215

Het bereik bij de stemmers ligt bij alle voorlichtingsactiviteiten hoger. Een verklaring hiervoor kan zijn dat mensen die al van plan waren om te gaan stemmen bij voorbaat meer geïnteresseerd zijn in de voorlichtingsactiviteiten. Zij namen dus kennis van de activiteiten om zo goed mogelijk een keuze te maken, en dit leidde niet tot de beslissing om te gaan stemmen, want zij waren dat toch al van plan.

In de volgende tabel 5.3 is het bereik per oude gemeente berekend.

Tabel 5.3 Bereik per oude gemeente

Activiteiten	Hengelo %	Zelhem %	Hummelo & Keppel %	Vorden %	Steenderen %
Lijsttrekkersdebat Hummelo en Keppel	5.7	10.6	45.2	5.2	8.9
Lijsttrekkersdebat Hengelo	31.4	16.5	7.1	10.3	11.1
Artikelen in Contact	68.6	58.8	40.5	75.9	55.6
Artikelen in de Gelderlander	40.0	38.8	42.8	6.7	28.9
Artikelen in de Bronckhorster	75.3	54.1	64.3	48.3	64.4
Informatie op radio Ideaal	11.0	16.5	7.1	1.7	13.3
Politieke karavaan Bronckhorst/Steenderen	5.7	4.7	4.8	6.9	2.2
“ “ Zelhem	8.6	21.2	4.8	5.2	6.7
“ “ Vorden	5.7	3.5	4.8	22.4	6.7
Belronde onder inwoners door raadsleden	5.7	7.1	7.1	3.4	4.4
N=	35	85	42	58	45

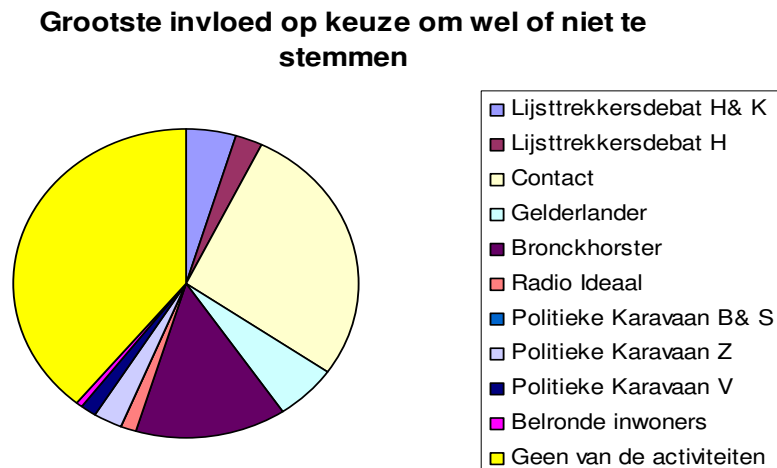
In deze tabel is duidelijk te zien dat de voorlichtingsactiviteiten op locatie het meeste bereik hebben gehad in de desbetreffende gemeente. Verder is het bereik van Contact en de Bronckhorster in alle gemeenten hoog.

Ook is gevraagd aan de respondenten om per activiteit waar ze kennis van hebben genomen, aan te geven of de voorlichtingsactie invloed heeft gehad op de keuze om wel of niet te gaan stemmen. In tabel 5.4 is te zien dat de drie meest genoemde acties uit de grafiek 5.1 ook de meeste invloed hebben gehad om wel of niet te stemmen. Ongeveer 40% geeft aan dat de acties een beetje of wel invloed hebben gehad. Deze drie zijn ook het meest interessant, omdat de andere gegevens gebaseerd zijn op een klein aantal mensen. Om toch nog kort in te gaan op de andere activiteiten, blijkt dat ook de informatie op radio Ideaal, de belronde onder de inwoners en de politieke karavaan van Zelhem een redelijke invloed hebben gehad op de keuze om wel of niet te stemmen.

Tabel 5.4 De invloed op de keuze om wel of niet te stemmen.

Activiteiten	Wel invloed	Beetje invloed	Geen invloed	N=
Lijsttrekkersdebat Hummelo en keppel	23.7%	5.3%	71.1%	38
Lijsttrekkersdebat Hengelo	10.3%	10.3%	79.5%	38
Artikelen in Contact	15.3%	25.8%	58.9%	163
Artikelen in de Gelderlander	16.3%	27.1%	56.5%	85
Artikelen in de Bronckhorster	15%	23.8%	61.3%	160
Informatie op radio Ideaal	21.4%	17.9%	60.7%	28
Politieke karavaan Bronckhorst/Steenderen	8%	12%	80%	25
“ “ Zelhem	20.7%	13.8%	65.5%	29
“ “ Vorden	13%	8.7%	78.3%	23
Belronde onder inwoners door raadsleden	18.8%	18.8%	62.5%	16

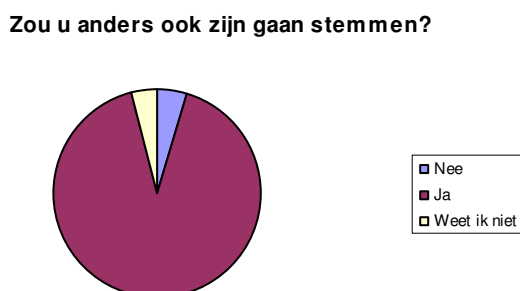
Grafiek 5.5 Welke activiteit heeft de grootste invloed gehad om wel of niet te gaan stemmen.



In grafiek 5.5 is te zien wat men geantwoord heeft op de vraag: “Welke activiteit heeft de grootste invloed gehad op uw keuze om wel of niet te stemmen?” Een duidelijke meerderheid geeft aan dat er geen activiteit is geweest die invloed heeft gehad. Daarna wordt het weekblad Contact het meest genoemd. In overeenstemming met de vorige twee tabellen komen de Bronckhorster en de Gelderlander op de tweede en derde plaats.

Om de directe efficiëntie van de campagne te bepalen is gevraagd aan de stemmers of zij ook zouden zijn gaan stemmen wanneer er geen voorlichtingscampagne zou zijn geweest. 91.3% Van de stemmers (n=193) geeft aan ook te hebben gestemd, wanneer er geen voorlichtingscampagne zou zijn gehouden. 4% Weet niet of hij of zij ook zijn gaan stemmen en slechts 4.6% van de mensen die deze vraag hebben beantwoord zou anders niet gestemd hebben. Omgerekend naar de gehele kiesgerechtigde bevolking zou betekenen dat 721 mensen zonder campagne niet zouden hebben gestemd.

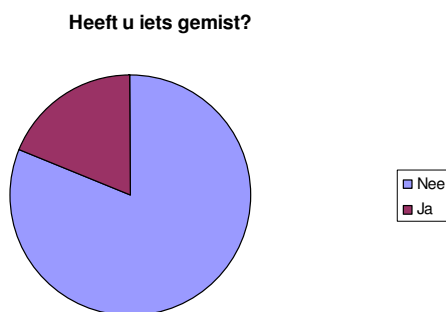
Grafiek 5.6 Zou u anders ook zijn gaan stemmen?



5.3.2. De waardering voor de voorlichtingscampagne

Naast het bereik en de invloed van de campagne zijn er ook vragen gesteld om de waardering voor de campagne te meten. Waardering is volgens Postbus 51 (2004) ook een belangrijke voorspeller voor de effectiviteit. Als eerst is daarom gevraagd of mensen iets gemist hebben in de campagne.

Grafiek 5.7 Heeft u iets gemist in de campagne?



81.2% Van de mensen die wel kennis hebben genomen van de campagne (n=202) hebben niets gemist in de campagne. 18.8% heeft wel wat gemist en in de volgende tabel 5.8 staan de punten die men heeft gemist.

Tabel 5.8 Elementen die mensen gemist hebben in de campagne.

Gemiste elementen	Aantal x genoemd
Duidelijke richtlijnen van de politieke partijen	11
Het financiële plaatje, betere financiële onderbouwing	6
Duidelijkheid en eerlijkheid	4
Beter contact naar burgers	4
Overzichtelijkheid in voor en nadelen	2
Politieke discussie	1
Duidelijk beleid wethouders	1
Direct contact tijdens lijsttrekkersdebatten	1
Het persoonlijke	1
Weinig realistisch, te mooie beloften	1
Prikkel om mee te doen	1
Meer zichtbaarheid	1
Concrete plannen	1
Opkomen voor kernen	1
Landbouwonderwerpen	1
Doelgerichtheid naar jongeren	1

In de tabel 5.8 is af te lezen welke elementen mensen hebben gemist in de campagne. Elementen die vaker werden genoemd zijn: een goede financiële onderbouwing, duidelijke standpunten per partij, duidelijkheid en eerlijkheid en contact naar burgers. In het laatste hoofdstuk zullen deze resultaten worden vertaald naar aanbevelingen.

Verder werd de mensen gevraagd in hoeverre de campagne informatief, duidelijk, opvallend, geloofwaardig en interessant was (tabel 5.9). Zoals uit de tabel is af te lezen zijn de meningen nogal verdeeld. De gemiddeldes liggen ongeveer rond de drie. Alleen de informativiteit scoort beduidend vaker wel en helemaal wel. De interessantheid van de campagne daarentegen wordt vaker oninteressant gevonden als wel interessant.

Tabel 5.9 Scores op verschillende dimensies.

	<i>Helemaal niet</i>	<i>Niet</i>	<i>Neutraal</i>	<i>Wel</i>	<i>Helemaal wel</i>	<i>Gemid</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
Informatief	7,9%	10,4%	36%	30,5%	15,2%	3,35	1.1	164
Duidelijk	13,3%	14,6%	41,1%	24,1%	7,0%	2,97	1.1	158
Opvallend	14,5%	20,4%	36,2%	21,1%	7,9%	2,87	1.1	152
Geloofwaardig	11%	15,6%	42,9%	24,0%	6,5%	2,99	1.0	154
Interessant	14,7%	21,2%	40,4%	19,2%	4,5%	2,77	1.1	156

Tot slot is de respondenten gevraagd om een rapportcijfer aan de gehele campagne te geven. 189 Respondenten hebben een rapportcijfer gegeven, met een gemiddelde van een 5.8 (sd=1.4), een matig rapportcijfer dus. Voor de toekomst is het dus van belang dat er dingen veranderen om een hogere waardering te krijgen. Ook hierover wordt verder uitgewijd in de aanbevelingen.

5.4 Correlatie en regressie analyse

Om bewijs te kunnen vinden voor de hypothesen H12 en H13, zullen nu met de gegevens uit de vorige paragraaf 5.2 correlatie en regressie analyses worden uitgevoerd.

Tabel 5.10 Correlatie analyse kennis van voorlichting.

Constructen	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
1. Kennis lijsttrekkersdebat H&K	-											
2. Kennis lijsttrekkersdebat Hengelo	.471**	-										
3. Kennis Contact	.093	.207**	-									
4. Kennis de Gelderlander	.232**	.087	.214**	-								
5. Kennis de Bronckhorster	.231**	.194**	.538**	.292**	-							
6. Kennis radio Ideaal	.143*	.138*	.155*	.164**	.235**	-						
7. Kennis Politieke karavaan B&S	.313**	.342**	.157**	.143*	.189**	.186**	-					
8. Kennis P K Zelhem	.273**	.335**	.138*	.205**	.169**	.275**	.344**	-				
9. Kennis P K Vorden	.183**	.253**	.195**	-.033	.175**	.202**	.407**	.323**	-			
10. Kennis Belronde	.215**	.255**	.078	.169**	.146*	.224**	.407**	.319**	.373**	-		
11. Wel of niet gaan stemmen	.054	.084	.121*	.156**	.164**	.058	.041	.005	.093	.091	-	
12. Interesse in de politiek	.234**	.175**	.131*	.190**	.200**	.067	.186**	.134*	.175**	.233**	.281**	-

* Significant bij $p < 0.05$ (2-zijdig)

** Significant bij $p < 0.01$ (2-zijdig)

Uit tabel 5.10 blijkt dat de kennis van de voorlichtingsactiviteiten bijna allemaal correleren met interesse in de politiek. Wel of niet stemmen correleert met kennis van Contact, de Bronckhorster en de Gelderlander.

Op basis van deze gegevens is een t-toets uitgevoerd. Hierbij wordt getoetst of de scores op interesse in de politiek significant verschillen tussen mensen die wel of geen kennis hebben genomen van de voorlichtingsactiviteit.

Tabel 5.11 T-toets tussen kennis van activiteiten en score op interesse.

Constructen	Wel of geen kennis genomen van activiteit	N	Interesse Means
1. Kennis lijsttrekkersdebat H&K	Wel	38	3.5**
	Niet	221	3.0**
2. Kennis lijsttrekkersdebat Hengelo	Wel	29	3.4**
	Niet	220	3.0**
3. Kennis Contact	Wel	160	3.1**
	Niet	99	2.9**
4. Kennis de Gelderlander	Wel	84	3.3**
	Niet	175	3.0**
5. Kennis de Bronckhorster	Wel	158	3.2**
	Niet	101	2.9**
6. Kennis radio Ideaal	Wel	28	3.2
	Niet	231	3.1
7. Kennis Politieke karavaan B&S	Wel	25	3.5**
	Niet	234	3.0**
8. Kennis P K Zelhem	Wel	29	3.4**
	Niet	230	3.0**
9. Kennis P K Vorden	Wel	22	3.5**
	Niet	237	3.0**
10. Kennis Belronde	Wel	16	3.7**
	Niet	243	3.0**

** Significant bij $p < 0.01$ (2-zijdig)

Uit tabel 5.11 blijkt dat bijna alle scores op interesse significant verschillen tussen de mensen die wel en geen kennis hebben genomen van de voorlichtingsactiviteiten. Hiermee is dus het bewijs gevonden voor H12: Er is een verband tussen de mate van politieke interesse en de mate waarin men kennis heeft genomen van voorlichtingsactiviteiten. Blijkbaar waren de voorlichtingsacties van Bronckhorst geschikter om geïnteresseerde mensen voor te lichten, dan om politiek ongeïnteresseerden voor te lichten.

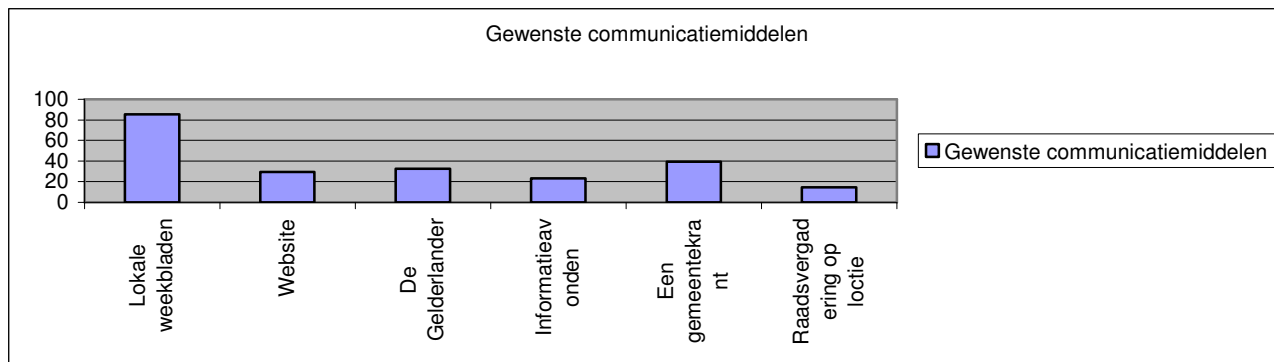
Om het verband aan te tonen tussen het wel of niet stemmen en de mate waarin mensen kennis hebben genomen van de voorlichtingsacties, zijn kruistabellen uitgevoerd. Met behulp van de chi-square kan zo worden bepaald of er een verband is tussen de twee variabelen. Bij drie voorlichtingsacties is er een significant verband gevonden met het wel of niet stemmen. Het gaat hier om de drie voorlichtingsacties met het meeste bereik, Contact, de Bronckhorster en de Gelderlander. Met deze analyse is er dus deels bewijs gevonden voor, H13: Stemmers nemen meer kennis van voorlichtingsacties dan niet-stemmers. Met de voorlichtingsacties in Bronckhorst worden eerder stemmers bereikt dan niet-stemmers. Hiermee kan dan ook worden verklaard waarom het opkomstbevorderende doel nauwelijks is bereikt, niet-stemmers worden gewoonweg minder bereikt.

Concluderend kan hier worden gezegd dat de campagne van Bronckhorst vooral geïnteresseerde mensen die al van plan waren om te stemmen, heeft geïnformeerd. Dit komt waarschijnlijk omdat de campagne vooral politiek gekleurd was, en de activiteiten initiatief van de burgers vereisten. Wanneer men de politiek ongeïnteresseerden wil bereiken moet de informatie naar de ontvanger worden gebracht. Tevens moeten deze boodschappen neutraler van aard zijn, en in de eerste plaats als doel hebben de mensen te enthousiasmeren. Niet meteen ingewikkelde informatie geven over standpunten.

5.5 Communicatiemiddelen

Tot slot is de respondenten gevraagd om aan te geven welke middelen wenselijk zijn om in contact te staan met de gemeente. De resultaten van deze vraag zijn terug te vinden in grafiek 5.12.

Grafiek 5.12 Gewenste communicatiemiddelen om in contact te staan met de gemeente



De lokale weekbladen, Contact en de Bronckhorster, zijn de meest populaire communicatiemiddelen om in contact te staan met de gemeente. Verder geeft 40% van de ondervraagden aan, het wenselijk te vinden wanneer er een gemeentekrant zou komen. De Gelderlander en de website van de gemeente worden door 30% wenselijk geacht. Tot slot de informatieavonden en de raadsvergadering op locatie scoren respectievelijk 23% en 14%. Deze uitkomsten komen overeen met de resultaten van het campagne-evaluatiedeel, ook hierbij hadden de Bronckhorster en Contact het meeste bereik.

Hieronder volgen een aantal suggesties voor communicatiemiddelen aangedragen door de ondervraagden zelf.

- Via een dorpsbelang. (4x)
- De Hessenkoerier. (2x)
- Op persoonlijk niveau contact. (2x)
- Spreekbeurten en werkbezoeken. (2x)
- Burgers opzoeken, meer contact met burgers (2x)
- Een kleine deelraad (adviesraad) als ondersteuning voor het plaatselijke raadslid.
- In cafés, sportkantine en dorpshuizen discussies opstarten.
- Spreekuur met afgevaardigden van de gemeenteraad en B&W.
- Een overzichtelijke en toegankelijke campagnekrant voor jongeren.
- Raadsvergaderingen op verzoek (i.v.m. met agendapunten).
- Vaste vergaderavonden waarbij burgers ideeën kunnen aandragen.
- Telefoon.
- Koffie-inloop ochtenden in dorpskernen, kinderen mogen mee.
- Radio Ideaal.
- Telefonisch spreekuur met wethouders.
- Inloopsprekuren of politiekcafé laagdrempelige locaties.

HOOFDSTUK 6 CONCLUSIE

In dit hoofdstuk wordt aan de hand van de resultaten een antwoord gegeven op de onderzoeksvraag die in het eerste hoofdstuk naar voren is gekomen. Door het beantwoorden van de deelvragen wordt er naar een antwoord op de hoofdvraag toegewerkt.

6.1 De opkomstbevorderende campagne

- Wat vonden de raadsleden van de opkomstbevorderende campagne en wat was naar hun mening de belangstelling?

Over het algemeen waren de raadsleden positief over de gezamenlijke opkomstbevorderende campagne. Vooral voor de kleinere partijen met een laag budget was het een ideale manier om mee te liften. Zoveel publiciteit hadden zij als individuele partij niet kunnen realiseren. Wat minder enthousiast waren ze over de belangstelling bij de verschillende activiteiten en de uitvoering van sommige activiteiten. Vooral de politieke karavaan met informatiemarkten en het lijsttrekkersdebat schoot op deze punten tekort. De raadsleden zijn het er dan ook over eens dat het doel van de opkomstbevorderende niet geheel bereikt is. Aan de ene kant was de opkomst hoger dan verwacht, en viel ook niet tegen in vergelijking met andere gemeenten. Maar toch had men er op sommige punten meer van verwacht, vooral de belangstelling viel ze tegen. Als suggesties voor de toekomst geven de raadsleden aan:

- Meer themagerichte activiteiten, algemene boodschappen en uitspattingen komen niet aan bij de doelgroep.
- Betere voorbereidingen zodat er meer uit de activiteiten gehaald kan worden.

- Wat vonden de burgers van de opkomstbevorderende campagne en in hoeverre heeft de campagne hen over de streek weten te trekken om te gaan stemmen.

Het bereik van de campagne was in vergelijking met twee andere opkomstbevorderende campagnes, uit Dordrecht en Groningen, redelijk. Vooral het bereik van Contact, de Bronckhorster en de Gelderlander was erg hoog. De politieke markten en lijsttrekkerdebatten hadden een beduidend lager bereik, hierbij kwamen de percentages van mensen die kennis hadden genomen niet boven de 15% uit. In vergelijking met een soortgelijk onderzoek bij de gemeente Dordrecht scoren de onderdelen van de campagne wat lager. Ook zij hadden een opkomstbevorderende campagne gehouden, deze bestond uit een brief van de burgermeester, stadskrant, buurtkrant, viaductreclame en een geluidswagen. Het bereik van deze activiteiten was respectievelijk 58, 61, 40, 69 en 38%. Deze percentages liggen hoger dan bij de campagne in Bronckhorst.

Een tweede vergelijking die hier kan worden gemaakt, is met het onderzoek van Leonie Derksen (1994). Zij evalueerde de opkomstbevorderende campagne van de gemeente Groningen in 1994. Deze resultaten komen beter overeen. De lokale weekbladen hebben het meeste bereik en de rest van de voorlichtingsactiviteiten heeft een lager bereik. In de volgende tabel 6.1 zijn alle resultaten naast gelegd.

Tabel 6.1 Bereik van middelen in Bronckhorst, Dordrecht en Groningen vergeleken.

Campagne activiteit	Bereik in Bronckhorst	Bereik in Dordrecht	Bereik in Groningen
Huis-aan-huis folder	60%	61%	67.1%
Advertentie lokale media	58%	40%	41.1%
Busreclame			28.1%
Radio spotjes	10%		17%
Affiche		69%	15.3%
Kabelkrant			13.8%
Nieuwjaarskaart nieuwe kiezers		58%	5.4%
Reminder nieuwe kiezers			2.1%
Politieke markt	10%		1.5%
Lijsttrekkersdebatten	15%		

Toelichting tabel: De vergelijking die hier wordt gemaakt is echter niet helemaal terecht. Immers, het bezoeken van de politieke markt vereist meer initiatief van de burger dan het lezen van een krantenartikelje.

Naast het bereik is ook gekeken naar de invloed van de activiteit op het wel of niet stemmen. Hier scoren de resultaten ook redelijk in vergelijking met de onderzoeken uit Dordrecht en Groningen. Gemiddeld genomen zegt zo'n 25 tot 30% dat de voorlichtingsactie wel of een beetje invloed heeft gehad om te gaan stemmen. In Dordrecht ligt dit percentage op 15 tot 20%.

De "hamvraag" is natuurlijk: heeft de voorlichtingscampagne van de gemeente wel of geen effect gehad op de opkomst van de stemgerechtigden bij de gemeenteraadsverkiezingen van 17 november 2004. Slechts 4,6% zegt niet te hebben gestemd wanneer er geen campagne geweest zou zijn, en 4% weet het niet. Bronckhorst telde bij de gemeenteraadsverkiezingen in totaal 29.074 kiesgerechtigden. Van hen hebben er 15677 hun stem uitgebracht. Het komt er dus op neer dat de campagne 721 extra stemmers heeft opgeleverd. Het opkomstpercentage was dan 51.4% in plaats van 53.9%. Het percentage wat zonder campagne niet gestemd zou hebben lag in Dordrecht op 3%. De vraag rijst dan, zijn 721 extra stemmers de moeite waard om een opkomstbevorderende campagne in te zetten? Deze resultaten komen ook enigszins overeen met de bevindingen van Derksen (1994). "Op basis van de onderzoeksresultaten kon geen effect van de campagne op de opkomst worden aangetoond. Een campagne om de opkomst te bevorderen heeft volgens dit onderzoek dan ook geen zin."

Tot slot werd de campagne matig gewaardeerd. Het rapportcijfer voor de campagne komt op een krappe voldoende uit. En er zijn ook nog een aantal punten die de mensen misten in de campagne. Punten die vaak genoemd waren zijn: betere financiële onderbouwing, standpunten per politieke partij bij elkaar, duidelijkheid en eerlijkheid en een beter contact met de burgers. Deze waardering kan van invloed zijn geweest op het bereik van de campagne, en de invloed op het wel of niet stemmen.

De resultaten van deze campagne komen overeen met de resultaten van eerdere onderzoeken die ook concludeerden dat opkomstbevorderende campagnes geen zichtbare effecten hebben op de opkomst (Tilburg en Velraad, 1995; Derksen, 1994; De Lannoy en Scholten, 1998).

Kan er nu worden gezegd dat opkomstbevorderende campagnes geheel zinloos zijn? Dat de investeringen in een bodemloze put zijn verdwenen? Beter is om te concluderen dat het doel om de opkomst te bevorderen, te hoog is gegrepen. De campagne heeft wel een functie doordat bepaalde voorlichtingsactiviteiten voorzien in een behoefte aan informatie over de gemeenteraadsverkiezingen. Vooral de lokale dagbladen hebben een hoog bereik gehad. Indien in de toekomst opnieuw een dergelijke campagne wordt overwogen, zal de afweging moeten worden gemaakt of de investeringen het waard zijn om mensen simpelweg te informeren over de verkiezingen. Deze voorlichting moet dan een meerwaarde hebben boven de andere media. Immers landelijke en regionale media, campagnes van politieke

partijen en oproepkaarten zijn vaak al voldoende om mensen op de hoogte te stellen van de gemeenteraadsverkiezingen. Bij de verkiezingen in Bronckhorst ontbrak deze landelijke aandacht en dus was een aanvullende campagne hier wel wenselijk.

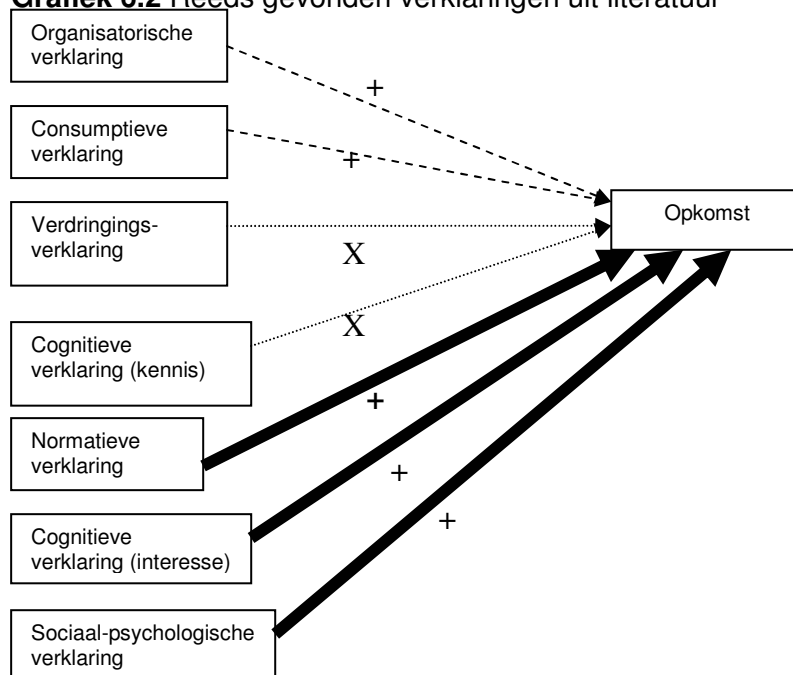
In Bronckhorst bestond de opkomstbevorderende campagne uit lijsttrekkersdebatten, politieke markten, advertenties in lokale media, spotjes op de lokale radio en een belonderzoek onder de inwoners. Er is hier dus vooral gekozen om politieke voorlichtingsmiddelen in te zetten. Blijkbaar zijn dit dus geen effectieve middelen om mensen over te halen die nog geen keuze hebben gemaakt om wel of niet te stemmen. De mensen die al van plan zijn om te stemmen zijn bij voorbaat meer geïnteresseerd in voorlichting. Zij zullen de voorlichtingsmiddelen gebruiken om zo goed mogelijk een keuze te maken tussen de politieke partijen. Het bezoeken van een politieke markt of lijsttrekkersdebatten vereist initiatief van de burgers, en mensen die niet geïnteresseerd zijn zullen dit initiatief daarom ook niet snel nemen. Wanneer men de niet-stemmers wil bereiken, moeten er voorlichtingsmiddelen worden ingezet waarbij de mensen zelf niet veel initiatief hoeven te nemen. Zoals bijvoorbeeld advertenties in de lokale weekbladen, deze hebben al een veel hoger bereik dan de politieke markten en lijsttrekkersdebatten. Verder is het bij opkomstbevordering wenselijk dat er niet alleen politieke voorlichting wordt gecommuniceerd, maar ook neutrale middelen die de mensen proberen het belang van stemmen uit te leggen en die mensen probeert te enthousiasmeren. Met politieke voorlichting bereik je vooral de mensen die al van plan waren om te stemmen en die meer informatie over de partijen willen hebben.

Deze conclusies worden ondersteund door het feit dat de volgende hypothesen konden worden aangenomen: **H13:** *Er is een verband tussen de mate van politieke interesse en de mate waarin men kennis heeft genomen van voorlichtingsactiviteiten.* **H14:** *Stemmers nemen meer kennis van voorlichtingsacties dan niet stemmers.*

6.2 Het kiezersonderzoek

- Welke motieven zijn er in de wetenschap reeds gevonden voor het wel of niet stemmen?

Grafiek 6.2 Reeds gevonden verklaringen uit literatuur



Uit de onderzoeken die tot nu toe zijn gedaan is vooral bewijs gevonden voor de normatieve, de cognitieve en de sociaalpsychologische verklaring.

- Welke motieven speelden bij de herindelingsverkiezingen in Bronckhorst een rol om wel of niet te stemmen?

- In hoeverre zijn de motieven van kiezers bij reguliere gemeenteraadsverkiezingen vergelijkbaar met tussentijdse herindelingsverkiezingen?

Door middel van de correlatie en regressie analyse is er bewijs gevonden voor de volgende hypothesen:

H1: Hoe meer vertrouwen iemand in de politiek heeft, hoe eerder men gaat stemmen.

H2: Hoe meer men denkt invloed uit te kunnen oefenen, hoe eerder men zal gaan stemmen.

H3: Wanneer bij kiezers een 'opkomst-norm' bestaat, zal men eerder de gang naar de stembus maken dan wanneer zij deze norm niet hebben geïnternaliseerd.

H5: Wanneer men erg cynisch is tegenover de politiek zal men minder snel gaan stemmen.

H7: Hoe meer politieke kennis en interesse iemand heeft, des te eerder men gaat stemmen.

H8: Kiezers die ontevreden zijn met de herindeling, blijven eerder thuis bij verkiezingen dan tevreden kiezers.

H9: Wanneer kiezers zich meer een onderdeel voelen van de politieke gemeenschap die centraal staat bij de betreffende verkiezingen, zullen zij eerder geneigd zijn om de gang naar de stembus te maken.

H10: Hoe ouder men is, hoe meer men zich verplicht voelt om te gaan stemmen.

H11: Hoe ouder men is, hoe meer men geïnteresseerd is in politiek.

H12: Hoe ouder men is, hoe eerder men gaat stemmen.

De volgende hypothesen zijn verworpen:

H4: Hoe meer politiek zelfvertrouwen men heeft, hoe eerder ze zullen stemmen.

H6: Hoe meer men tevreden is over de betrokkenheid van de raadsleden, hoe eerder men zal gaan stemmen.

Uit de vergelijking met het onderzoek van Van Deth en Roosen blijkt dat er in Nijmegen tijdens reguliere verkiezingen andere motieven van invloed zijn op het wel of niet stemmen dan tijdens de herindelingsverkiezingen van Bronckhorst. Alleen de motieven interesse en invloed spelen bij beide verkiezingen een rol. Zo zijn vertrouwen in de politiek en cynisme bij herindelingsverkiezingen belangrijke voorspellers, terwijl dit bij reguliere verkiezingen geen verklaring vormt voor het niet-stemmen. Politiek zelfvertrouwen is wel van invloed bij reguliere verkiezingen maar niet bij de herindelingsverkiezing van Bronckhorst en de verlangde betrokkenheid speelt bij beide verkiezingen geen rol. Tot slot zijn er nog drie constructen die alleen in dit onderzoek zijn gemeten, noties van democratisch burgerschap, protest tegen de herindelingsverkiezingen en onderdeel voelen van de gemeenschap. Alle drie waren ook van invloed bij het wel of niet stemmen.

Wanneer naar de R^2 squares van de factoren wordt gekeken die alleen bij herindelingsverkiezingen een rol spelen, blijkt dat er een klein maar niet te verwaarlozen deel van de variantie hierdoor wordt verklaard. Dit deel kan net het verschil in opkomstpercentage tussen reguliere en herindelingsverkiezingen zijn. De totaal verklaarde variantie is echter maar 38.3%, er kan dus geen totaal dekkende verklaring worden gegeven voor de vraag waarom mensen wel of niet gaan stemmen. Blijkbaar is stemmen een heel complex gebeuren, wat maar voor een deel kan worden verklaard aan de hand van attitudes. Er spelen nog veel meer andere factoren een rol bij de keuze om wel of niet te gaan stemmen. Er kunnen bijvoorbeeld toevallige factoren meespelen die bepalend zijn voor het besluit om al dan niet te gaan stemmen. Hierbij valt te denken aan persoonlijke omstandigheden, zoals ziekte of een gebrek aan tijd. Het weer is een bekende toevallige factor. Als het toevallig regent op het moment dat mensen gepland hadden om de gang naar de stembus te maken, kan dat de doorslag geven in het besluit om niet te gaan. Hetzelfde kan gebeuren als iemand de verkiezingen vergeet, omdat er nauwelijks aandacht aan werd besteed door de media, of omdat die kiezer een zwaar tentamen moest afleggen. De ene keer zijn de toevallige factoren (zoals het weer en de aandacht van de media) gunstig voor de opkomst, terwijl ze een andere keer juist een ongunstig effect hebben op de opkomst. Voor een deel wordt hier dus de a-structurele benadering ondersteund.

In vergelijking met grafiek 6.2, blijkt dat de drie verklaringen (normatieve, cognitieve en sociaal-psychologische verklaring) waar al meerdere keren bewijs voor is gevonden voor een deel kunnen verklaren of mensen wel of niet gaan stemmen. De meerderheid echter moet “verklaard” worden met de a-structurele benadering, die zegt dat er geen structurele verklaringen zijn voor het wel of niet stemmen.

Als antwoord op de deelvraag kan daarom worden gezegd dat motieven bij reguliere en herindelingsverkiezingen deels vergelijkbaar zijn. Interesse, invloed en noties van democratisch burgerschap zijn altijd van invloed op de keuze om wel of niet te stemmen. Vertrouwen en zich onderdeel voelen van de gemeenschap zijn factoren die bij herindelingsverkiezingen nog een extra rol spelen. Vertrouwen omdat burgers waarschijnlijk het vertrouwen zijn kwijtgeraakt. Ondanks veel protest vanuit de bevolking hebben de herindelingen toch plaatsgevonden. Protest omdat er een zeer grote gemeente met 37.617 inwoners is ontstaan. Mensen zien alleen nog maar de nadelen van de herindelingen voor zich. En tot slot voelen ze zich nog geen onderdeel van de gemeenschap waarvoor ze moeten stemmen. Anders dan bij reguliere verkiezingen in gemeenten die al eeuwenoud zijn, voelen mensen zich nog geen Bronckhorster en hebben nog geen binding met de gemeente. Er was in november nog geen ‘Bronckhorst’ en konden zich dus ook nog geen onderdeel voelen van...

Ook bij de vergelijking tussen reguliere en herindelingsverkiezingen bij de redenen die mensen zelf noemen, zijn afwijkende resultaten te vinden. Maar 22.8% geeft aan, niet te zijn gaan stemmen om praktische redenen. Terwijl dit percentage bij reguliere verkiezingen rond de 40% ligt. Uit eerder onderzoek bij reguliere verkiezingen blijkt ook dat gemiddeld 20% niet stemt vanwege gevoelens van protest. Bij deze verkiezingen lag dit percentage op maar liefst 65%.

Met behulp van deze vergelijkingen tussen onderzoeksresultaten van reguliere en herindelingsverkiezingen kunnen de lage opkomstpercentages bij herindelingsverkiezingen verklaard worden. Er zijn twee factoren (vertrouwen en onderdeel voelen van gemeenschap) van invloed op het wel of niet stemmen die bij reguliere verkiezingen geen rol spelen. Omdat beide factoren een negatieve relatie hebben met het wel of niet stemmen, kan worden aangenomen dat hiermee ook mede het verschil in opkomstpercentage verklaard kan worden. Tot nu toe is aangenomen dat het ontbreken van landelijke (media) aandacht de belangrijkste oorzaak was van de incidentele daling van het opkomstpercentage bij tussentijdse herindelingsverkiezingen. Uit dit onderzoek blijkt echter, dat er nog een aantal factoren een significante beïnvloeder zijn. Vandaar dat ondanks een intensieve campagne, ter compensatie van de landelijke aandacht, de opkomstpercentages nog steeds lager komen te liggen dan bij reguliere verkiezingen.

6.3 Beantwoording hoofdvraag

Wat zijn de motieven van burgers om wel of niet te gaan stemmen bij tussentijdse gemeenteraadsverkiezingen? Hoe kan daarmee de structureel lagere opkomst bij herindelingsverkiezingen verklaard worden? En in hoeverre kunnen communicatiemiddelen de stemmingsopkomst beïnvloeden?

Op basis van bovenstaande bevindingen kan de hoofdvraag worden beantwoord. Anders dan bij reguliere gemeenteraadsverkiezingen zijn de motieven bij herindelingsverkiezingen niet vooral van praktische aard. Bij reguliere verkiezingen zijn het vooral de mate van interesse, invloed, noties van democratisch burgerschap en de praktische motieven, zoals vergeten, slecht weer en oproep kwijt, die bepalen of mensen wel of niet gaan stemmen. Bij tussentijdse herindelingsverkiezingen zijn het echter vooral de politieke motieven die een rol spelen bij het wel of niet stemmen, zoals protest, zich onderdeel voelen van de

gemeenschap, cynisme en vertrouwen. Hiermee kan verklaard worden waarom de opkomstpercentages bij herindelingsverkiezingen structureel lager zijn dan bij reguliere verkiezingen. Er zijn een aantal negatieve beïnvloeders op het wel of niet stemmen bij herindelingsverkiezingen die er bij reguliere verkiezingen niet zijn. Nu wordt nog vooral het ontbreken van de landelijke (media)aandacht genoemd als belangrijkste verklaring. Maar met de resultaten van dit onderzoek kan niet worden ontkend dat er waarschijnlijk ook nog andere factoren een (grote) rol spelen. Het is bijna onmogelijk dat de factoren die zijn gevonden in dit onderzoek, geen uitwerking hebben op het opkomstpercentage. Dit verklaart ook waarom ondanks opkomstbevorderende campagnes de opkomst toch lager is dan bij reguliere verkiezingen.

Hiermee kan ook het laatste deel van de hoofdvraag worden beantwoord. Zoals is gebleken hebben communicatiemiddelen een zeer kleine invloed op de stemmingsopkomst. Het ontbreken van media aandacht kan daarom ook nooit de enige reden zijn voor een daling van gemiddeld 10% bij herindelingsverkiezingen. Er zijn andere factoren die er voor zorgen dat mensen niet gaan stemmen en die kunnen niet worden gecompenseerd met opkomstbevorderende communicatiemiddelen. Het is belangrijk dat mensen vertrouwen krijgen in de nieuwe gemeente. Ook is het belangrijk dat mensen de voordelen gaan inzien van herindelings en deze voordelen ook al enigszins merken. Pas dan kunnen de gevoelens van protest worden weggenomen en zullen mensen weer naar de stembus komen. Tot slot is het van cruciaal belang dat mensen al een beeld hebben van de nieuwe gemeente. Een van de belangrijke factoren bij het stemmen is, in hoeverre men zich onderdeel voelt van de gemeenschap. In november bestond er nog geen Bronckhorst en voelde men zich ook nog geen Bronckhorster. Wanneer men zich totaal niet verbonden voelt tot de gemeenschap zal men ook minder snel gaan stemmen. Communicatiemiddelen die op dat moment de opkomst proberen te bevorderen zullen dan ook hun doel voorbij schieten. Communicatiemiddelen die ingezet worden, moeten zich daarom in de eerste instantie niet richten op de stemmingsopkomst. Maar moeten als doel hebben vertrouwen kweken, voordelen laten inzien en het in 'beeld' brengen van Bronckhorst. Of communicatiemiddelen de opkomst kunnen beïnvloeden bij herindelingsverkiezingen, hangt daarom af van de manier waarop ze ingezet worden.

Kortom, er moet eerst draagvlak worden gecreëerd onder de inwoners.

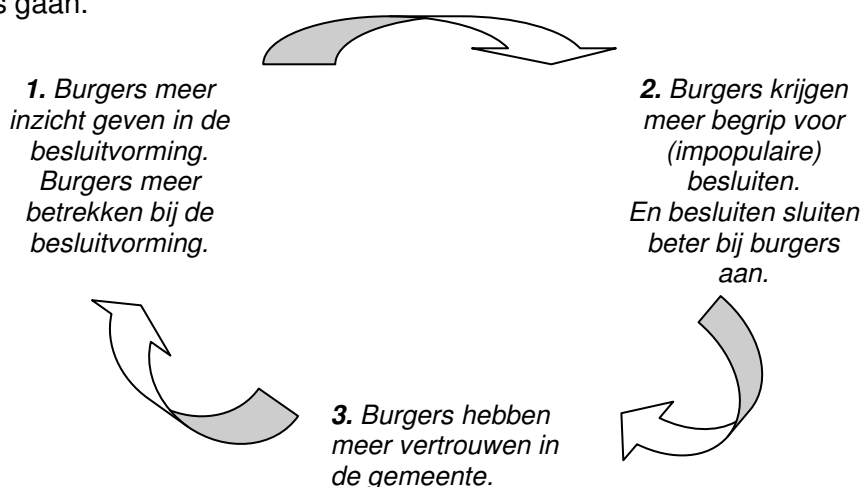
HOOFDSTUK 7 AANBEVELINGEN

Op basis van de resultaten uit dit onderzoek zullen in dit hoofdstuk op twee niveaus aanbevelingen worden gedaan. Als eerste zullen er aanbevelingen worden gedaan aan de gemeenteraad van Bronckhorst. Hierbij zal vooral ingegaan worden op de toekomstige verkiezingen. Daarna zullen er aanbevelingen worden gedaan richting de wetenschap. Aan de ene kant suggesties voor nieuwe theorieën en aan de andere kant suggesties voor eventueel vervolg onderzoek.

7.1 Aanbevelingen aan de gemeenteraad van Bronckhorst

De belangrijkste conclusie voor de gemeenteraad van Bronckhorst is dat opkomstbevordering op het laatste moment nauwelijks effect heeft. Concreet houdt dit in dat men kosten en moeite vlak voor de verkiezingen beter kan besparen en gebruiken om in de vier jaar naar de verkiezingen toe, proberen meer vertrouwen te kweken. Er is gebleken dat wanneer mensen weinig vertrouwen en gevoelens van protest hebben, ze nauwelijks te bereiken zijn met opkomstbevorderende middelen. Ook zijn de korte termijn activiteiten vlak voor de verkiezingen nauwelijks van invloed op de keuze om wel of niet te gaan stemmen. Belangrijke factoren die deze keuze wel beïnvloeden zijn vertrouwen, gevoelens van protest en zich onderdeel voelen van de gemeente. Er kan dus beter op lange termijn energie worden gestoken in deze factoren, zodat die rond de verkiezingstijd optimaal zijn, en dus mensen eerder gaan stemmen. Natuurlijk klinkt het veel makkelijker dan het is, maar toch moeten raadsleden in hun achterhoofd houden dat het vertrouwen en gevoel bij mensen langzaam maar zeker opgebouwd wordt en niet binnen twee weken voor de verkiezingen kan worden opgezet. Eigenlijk moet er dus een soort van “continu verkiezingscampagne” worden gevoerd. Burgers moeten altijd betrokken worden en om meningen worden gevraagd en niet alleen rond de verkiezingstijd. Hiermee kan op lange termijn misschien zelfs de interesse worden verhoogd, zodat de opkomstpercentages eventueel weer gaan stijgen. Het is echter eerst zaak dat het volgende opkomstpercentage weer op het oude niveau van 63% komt te liggen. Zodat de mensen die nu niet zijn gaan stemmen, de volgende keer wel weer gaan stemmen. Hiervoor moet eerst het vertrouwen en de betrokkenheid van de burgers worden verhoogd.

De politiek moet zichtbaarder en hoorbaarder worden gemaakt. Burgers moeten meer betrokken worden bij de politiek en moeten meer inzicht krijgen in de besluitvorming. Op deze manier zullen zij ook sneller begrip tonen voor impopulaire beslissingen (VROM, 2005). Wanneer men meer begrip krijgt voor het handelen van de gemeente zullen zij ook meer vertrouwen krijgen. Meer vertrouwen zorgt er op den duur weer voor dat mensen sneller naar de stembus gaan.



Bron: *Beleid met burgers: VROM 2005*

De eerste stap is burgers meer betrekken bij de besluitvorming en ten tweede burgers meer inzicht geven in de besluitvorming. Wanneer er een idee is, is het belangrijk om te weten of hier draagvlak voor is onder de bevolking.

Op basis van bovenstaande bevinden kunnen er drie aanbevelingen worden gedaan:

1. Herkenbaarheid en zichtbaarheid van de gemeenteraad vergroten.
2. Contact met de gemeenteraad toegankelijker maken.
3. Vaker de meningen van de burgers peilen over actuele thema's.

In de volgende paragrafen zullen deze aanbevelingen concreter worden uitgewerkt.

7.1.1. Thema avonden houden

Een van de manieren om de burgers meer te betrekken bij besluitvorming zijn thema avonden. Thema avonden kunnen de beleidsvorming ondersteunen. De bedoeling hiervan is dat wanneer er belangrijke issues zijn de raad, de burger om een mening vraagt. Dit kan in een zaal op de desbetreffende locatie of in de raadszaal in het gemeentehuis. Raadsleden kunnen zo met de burgers in discussie gaan en te weten komen wat zij wenselijk vinden. Besluiten van de raadsleden zullen zo beter aansluiten op de wensen van de burgers.

Wel is voor beide partijen een goede voorbereiding van essentieel belang bij deze avonden. Wanneer er de eerste keer iets mis gaat zijn de partijen niet meer bereid om nog vaker aan thema avonden deel te nemen. Belangrijke aandachtspunten zijn:

- **Speelt het onderwerp bij de burgers.** Het is belangrijk dat thema avonden interessant zijn voor de burger. Wanneer burgers niet geïnteresseerd zijn in het onderwerp zullen zij ook niet de moeite nemen om een thema avond te bezoeken. Thema avonden waar maar een paar mensen zijn, zijn niet leuk voor de raadsleden en ook niet efficiënt. Het is dus belangrijk om te bepalen welke issues burgers boeiend vinden om over te discussiëren. Thema's die voor de raad interessant zijn, zijn niet per definitie onderwerpen die de burgers aanspreken. Er moet dus een manier worden bedacht waarmee kan worden bepaald wat burgers interessant vinden. Een internetpoll kan hier een oplossing zijn. (dit wordt in de volgende paragraaf verder toegelicht)
- **Zijn burgers ervaringsdeskundig op dit gebied.** Bij de bepaling van een onderwerp voor een thema avond moet ook worden gekeken of het wel een onderwerp is waar met burgers over gediscussieerd kan worden. Het moet niet een onderwerp zijn waar burgers niets vanaf weten.
- **Is de beleidsruimte voldoende om werkelijke inbreng van de burgers mogelijk te maken?** Het moet niet zo zijn dat het beleid eigenlijk van te voren al vast staat, ongeacht wat de burgers vinden. Zij worden dan bij voorbaat al teleurgesteld en zij zullen dan ook het nut van een thema avond niet inzien. In de toekomst zullen zij dan ook niet meer de moeite nemen, om deel te nemen aan een thema avond.

Wanneer er een goede voorbereiding plaats vindt en beide partijen goed op elkaar worden afgestemd, kunnen thema avonden een efficiënt middel zijn om burgers meer bij de besluitvorming te betrekken.

7.1.2. Communicatiemiddelen optimaliseren

Een beperkt aantal professionele en duidelijke communicatiemiddelen vergroot de herkenbaarheid en zichtbaarheid van de raad. De kunst is uiteraard om voor de raadscommunicatie die communicatiemiddelen in te zetten die voor de burgers uit Bronckhorst de belangrijkste media zijn, om zich te informeren over het gemeentelijke, politieke nieuws (Gemeente Dordrecht, 2002). Uit dit onderzoek is gebleken dat de lokale weekbladen veruit de meest gewenste communicatiemiddelen zijn om in contact te staan met de gemeente. Ook is uit de campagne-evaluatie gebleken dat de lokale weekbladen het

meeste bereik hebben. De website en een eventuele gemeentekrant staan op een gedeelde tweede plaats. Voor een eigen gemeentekrant is op dit moment geen geld, maar de lokale weekbladen zijn een goede vervanger. Om een concreet advies te geven wat aansluit bij de resultaten van het onderzoek, stel ik voor om de middelen die er op dit moment zijn efficiënter in te zetten.

- Voor een betere en herkenbare representatie van de gemeenteraad, zou het wenselijk zijn wanneer de gemeenteraad een vaste rubriek binnen de gemeentepagina zou krijgen. Nu staat er af en toe een stukje of een raadsagenda in, maar wanneer de gemeenteraad een vaste rubriek zou krijgen, weten mensen precies waar en wanneer zij informatie over de raad kunnen vinden. In deze rubriek zou een wekelijks interview met een raadslid kunnen worden opgenomen. Mensen worden zo bekender met de gemeenteraad, en dit zorgt weer voor een betere beeldvorming. Door de nieuwe grote gemeente weten veel mensen niet meer wie de raadsleden zijn. Ze kunnen zich nog weinig voorstellen bij 'het' bestuur van Bronckhorst en voelen zich daarom ook nog geen onderdeel de gemeente. Een wekelijkse kennismaking met raadsleden kan er voor zorgen dat mensen zich meer een voorstelling kunnen maken van Bronckhorst.
- Een ander aspect waar deze rubriek voor gebruikt kan worden is interactie met de burger. Tot nu toe wordt er veel informatie verstuurd vanuit de gemeente, maar er komt weinig interactie vanuit de burgers. Er zijn wel manieren waarop burgers kunnen interacteren, maar deze zijn vaak tijdrovend of zeer hoogdrempelig (burgerinitiatief of insprekrecht). Of mensen zijn er gewoonweg niet bekend mee. Er zijn echt meer manieren die voor de burger veel toegankelijker zijn, en die de gemeenteraad meer oplevert. Ook de middelen zijn al voorhanden, ze moeten alleen anders worden ingezet. Zo zouden er wekelijks (of twee wekelijks) stellingen kunnen worden opgenomen in de rubriek, met thema's waar de gemeenteraad zich mee bezig houdt. Mensen kunnen dan via de website (polls) hun mening kenbaar maken en/of een antwoordcoupon insturen. Op deze manier sla je twee vliegen in een klap, raadsleden zijn op de hoogte van de mening van de burgers en aan de andere kant zijn burgers beter op de hoogte van de thema's die spelen. Deze polls hoeven niet veel tijd en geld te kosten, de website is er immers al, en de verwerking van de gegevens gebeurt automatisch.
- Ook kan er in deze rubriek worden gepeild in hoeverre de burgers behoefte hebben aan een thema avond over een bepaald onderwerp. Via de poll kunnen zij dan aangeven of zij deel willen nemen aan een bepaalde thema avond. Of aan welke thema avond zij behoefte zouden hebben.
- Tot slot kan de rubriek van de gemeenteraad ingevuld worden met een agenda van werkbezoeken van de gemeenteraad. Nu zien alleen de mensen die bij het evenement aanwezig dat de raadsleden hun gezicht laten zien. Wanneer er af en toe een verslag of een agenda wordt gepresenteerd, zijn meer mensen hiervan op de hoogte.

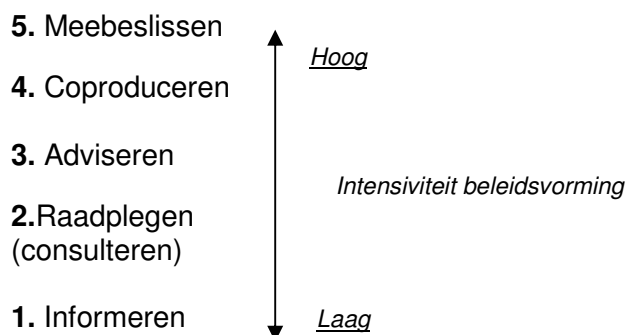
Om de rubriek voor iedereen even toegankelijk te maken is het goed dat er ook een digitale versie op de website komt te staan, jongeren lezen misschien minder vaak Contact dan ouderen, en ouderen kijken misschien minder vaak op de website.

De gemeenteraad moet in de eerste instantie niet streven naar het gebruik van zoveel mogelijk middelen. Beter is een paar goede middelen optimaal te benutten. Uit dit onderzoek blijkt dat er twee middelen zeer wenselijk worden geacht en dat deze ook nog een goed bereik hebben. Ze hoeven alleen nog maar op de juiste manier te worden ingezet door de gemeenteraad.

7.1.3. Burgerparticipatie bij beleidsvorming vergroten

In maart 2005 heeft VROM een praktische gids voor burgerparticipatie uitgebracht, *Beleids met Burgers*. Zij zeggen dat het erg belangrijk is dat burgers meer betrokken worden bij het beleid. Het betrekken van burgers bij het beleid dient twee doelen: het verhogen van de legitimiteit én het vergroten van de effectiviteit van beleid. Hieraan kunnen nog twee bovenliggende doelen worden toegevoegd, namelijk betrokkenheid en het vertrouwen vergroten. Niet alle beleidsonderwerpen of trajecten van beleidsvorming lenen zich voor burgerparticipatie. Om dit te bepalen zijn de volgende twee thema's belangrijk: a) de relatie tussen individuele burgers en het beleidsonderwerp en b) het proces van burgerparticipatie. Burgers kunnen in verschillende rollen en met verschillende verantwoordelijkheden een bijdrage leveren aan de kwaliteit van beleidsvorming en uitvoering.

De participatieladder



5. De rol en de verantwoordelijkheid van burgers is die van medebestuurder.

4. De rol van burgers is die van deskundige en adviseur. De verantwoordelijkheid van burgers is die van mede-beleidsmaker.

3. Politieke bestuurders stellen in beginsel zelf de beleidsagenda vast. Vervolgens geven ze burgers de gelegenheid om problemen aan te dragen en oplossingen te formuleren. Inbreng van burgers speelt een rol in de ontwikkeling van beleid, maar het beleidsvoorstel blijft de verantwoordelijkheid van de beleidsmaker en de besluitvorming blijft bij politieke bestuurders.

2. Politieke bestuurders bepalen zelf de beleidsagenda en zien burgers als klankbord of als gesprekspartner bij de ontwikkeling van beleid. De resultaten van peilingen of gesprekken zijn mogelijke bouwstenen voor beleid, maar het bestuur verbindt zich niet aan die resultaten.

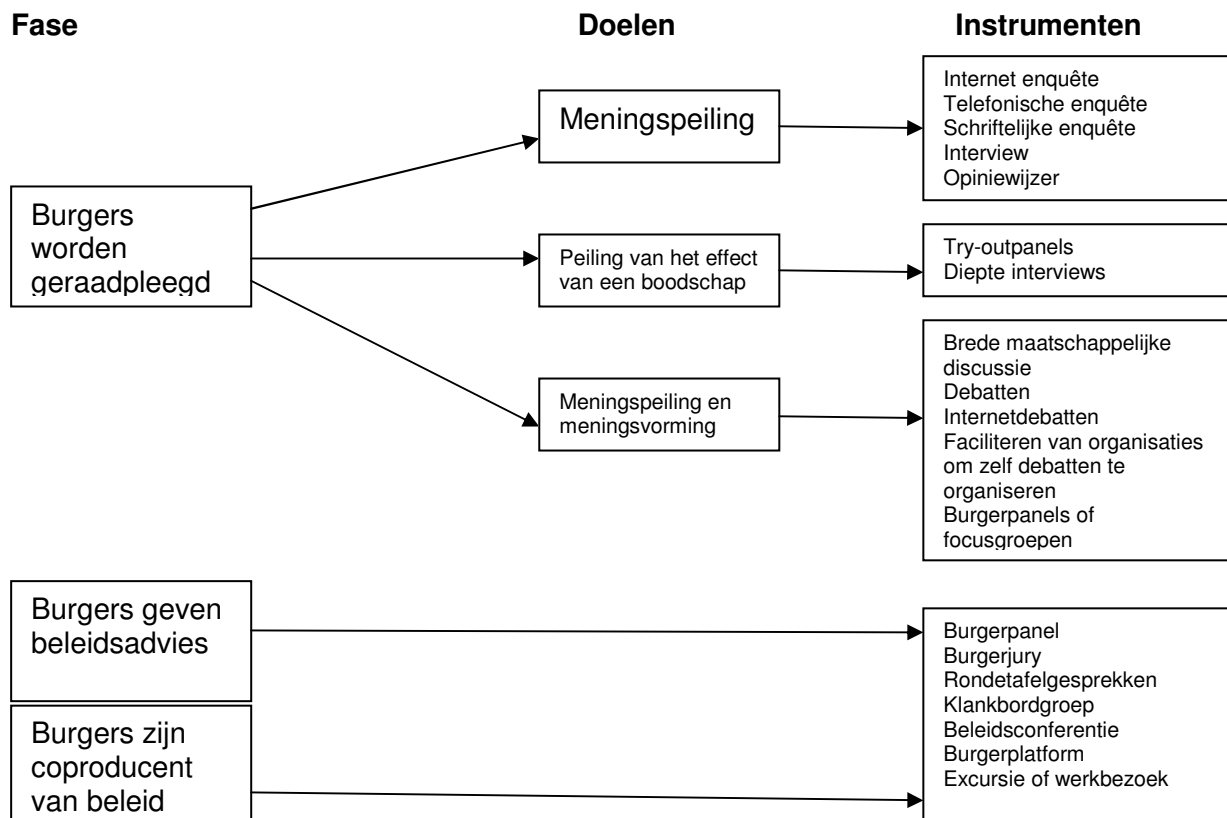
1. Politieke bestuurders bepalen zelf de beleidsagenda en de verdere fasen van de beleidsvorming. Ze houden betrokkenen, waaronder individuele burgers, wel op de hoogte van hun besluiten en afwegingen.

De participatieladder is een bruikbaar model om te bepalen welke verantwoordelijkheid burgers in het beleidsproces kunnen krijgen en welke invloed ze in dat geval kunnen uitoefenen. De ladder illustreert dat burgers bij elke volgende trede intensiever bij beleidsvorming betrokken zijn en meer invloed op beleid hebben. Van 'interactieve' beleidsvorming spreekt men gewoonlijk pas bij trede 3 of hoger. Burgers zijn in alle fasen van de beleidscyclus bij beleid te betrekken als in voldoende mate voldaan wordt voldaan aan de volgende criteria:

1. Zijn burgers ervaringsdeskundig?
2. Raken de beleidsmaatregelen hen direct?
3. Is inzicht nodig in hun manier van denken, routine's of te verwachten gedrag?
4. Valt de publieks- en de politieke agenda voldoende samen of kan er worden omgegaan met de spanning tussen beide agenda's?
5. Is de beleidsruimte voldoende om werkelijke inbreng van burgers mogelijk te maken?

Vervolgens kunnen burgers in de verschillende fasen van de beleidscyclus worden betrokken: bij de agendavorming, de formulering van het probleem, de beleidsvorming, de beleidsuitvoering en de beleidsevaluatie.

In de eerste plaats is de keuze voor een methode, ofwel de instrumentenmix, afhankelijk van het doel van de burgerparticipatie. Voor elk project zal het stramien van mogelijke methoden of instrumenten op maat moeten worden afgestemd, waarbij zowel de gekozen trede van de participatieladder als de fase van de beleidscyclus een rol spelen. Hieronder volgt een kort overzichtje:



Uit dit onderzoek is gebleken dat gemiddeld 71% van de ondervraagden het ermee eens is dat ze meer betrokken moeten worden bij de politiek. Op basis hiervan kan worden geconcludeerd dat het wenselijk zou zijn wanneer er acties zouden worden ondernomen om de betrokkenheid van burgers te vergroten. Mijn advies is niet, meteen te streven naar de vijfde trede van de participatieladder, maar eerst eens te beginnen met trede twee en drie, raadplegen en adviseren. De resultaten van peilingen en gesprekken zijn mogelijke bouwstenen voor beleid, maar het bestuur verbindt zich niet aan die resultaten. Politieke bestuurders geven burgers (en betrokken organisaties of andere actoren) de gelegenheid om problemen aan te dragen en oplossingen te formuleren. Inbreng van burgers speelt een rol in de ontwikkeling van beleid, maar het beleidsvoorstel blijft de verantwoordelijkheid van de beleidsmaker en de besluitvorming blijft bij politieke bestuurders.

Enkele instrumenten die hiervoor kunnen worden ingezet zijn al eerder voorbij gekomen. Hieronder zullen er nog een aantal worden genoemd.

Burgers raadplegen:

- Internetpoll: Aan de hand van stellingen op de website de meningen peilen van de burgers.
- Thema avonden: Aan de hand van een thema avond op locatie peilen wat het draagvlak voor een bepaald idee is. (Beleidsvoorbereiding)

Burgers geven advies:

- Burgerpanel: Kunnen worden ingezet met de uitdrukkelijke opdracht om tot beleidsadviezen te komen.
- Werkbezoeken: Met een groep deelnemers aan den lijve kennis te nemen van de situatie in een bepaalde plaats of een bepaald gebied. Zintuiglijke waarneming van situaties, uitleg en gesprekken ter plaatse met bewoners, bestuurders en deskundigen verdiepen vaak de oordelen van de deelnemers. Deze instrumenten hebben als bijkomend positief effect dat ze deelnemende burgers sterk motiveren om te blijven meedenken en adviseren.

7.1.4. Advies voor de verkiezingstijd over vijf jaar

Als over vijf jaar weer nieuwe gemeenteraadsverkiezingen worden gehouden, hebben de burgers meer binding met Bronckhorst dan dat ze nu hebben. Ook is hun beeld van de gemeente dan gevormd. Van belang is dus dat de gemeenteraad zich in deze vijf jaar gaat waarmaken. Voor de gezamenlijke campagne stel ik voor om eerst goed te bepalen wat het doel is. Willen we de niet-stemmers overhalen om toch te gaan stemmen, of willen we de mensen die van plan zijn om te stemmen zo goed mogelijk informeren.

Doel 1:

Zoals uit het onderzoek is gebleken wordt het eerste doel niet bereikt met de activiteiten die dit jaar zijn gedaan. Er moeten in dit geval middelen worden toegepast waarbij de ontvanger nauwelijks initiatief hoeft te nemen. Deze mensen zijn vaak niet geïnteresseerd en zullen uit zichzelf niet op zoek gaan naar informatie. Wenselijk zou zijn wanneer de informatie bij deze mensen op de deurmat valt. (Uit de campagne-evaluatie blijkt dat de lokale weekbladen het hoogste bereik hebben bij de niet-stemmers) Verder moet de informatie ook niet verborgen zijn onder moeilijke teksten of dikke boekwerken, de informatie moet het liefst kort, bondig en compleet zijn. Een goed communicatiemiddel zou daarom een kleine verkiezingskrant zijn waarin naast politieke informatie ook wordt uitgelegd waarom de mensen moeten stemmen. De mensen moeten enthousiast worden gemaakt voor de verkiezingen. Verder moet deze verkiezingskrant korte en bondige standpunten van alle partijen bevatten, zodat in oogopslag duidelijk wordt waar iedereen voor staat.

Doel 2:

Wanneer men de stemmers dieper wil informeren over de verkiezingen stel ik voor om de middelen in te zetten die het meeste bereik hebben gehad. Dit jaar zijn er in totaal 10 activiteiten geweest, die niet optimaal tot hun recht kwamen. Concreet houdt dit in:

- De artikelen over de verkiezingen in de lokale weekbladen publiceren. Gestructureerd aangeven wat de standpunten zijn van iedere partij. Ook bij de afgelopen verkiezingen hebben veel burgers het verkiezingsnieuws via deze weg gevolgd.
- Een verkiezingskrant met daarin de standpunten van alle partijen. Het liefst op een A4 heldere en concrete standpunten van de partijen naast elkaar. Op deze manier kan de kiezer haar keuze maken zonder overal eerst zelf informatie vandaan te hoeven halen. Voor burgers is het vaak moeilijk om door alle flyers en posters nog een rode draad te vinden. Veel mensen nemen dan niet eens de moeite om zich er in te verdiepen en gaan vaak niet stemmen. Uit de enquête is duidelijk naar voren gekomen dat er behoefte is aan een dergelijk begrijpelijk overzicht.
- Lijsttrekkersdebatten waarin de standpunten van de partijen naar voren komen. Het liefst naar aanleiding van thema's die aansluiten bij doelgroepen. Belangrijk bij deze debatten is wel dat er een goede discussieleider is, die ook het publiek erbij betreft. Het debat is immers bedoeld voor de kiezers, kiezers moeten daarom ook kunnen aangeven waar zij het over willen hebben.

Bij al deze activiteiten moet in het achterhoofd worden gehouden dat ze bedoeld zijn voor de kiezers. Kiezers hebben verschillende opleidingsniveaus. Er moet dus in de eerste instantie niet worden gekeken hoe standpunten het mooist kunnen worden geformuleerd, maar hoe ze het meest begrijpelijk kunnen worden geformuleerd. Het taalgebruik moet dus bij deze activiteiten worden afgestemd op de doelgroep, anders komt de boodschap niet aan. Zoals al eerder is gezegd moet er niet te veel hoop worden gevestigd op deze last-minute activiteiten, vooral de vier jaren naar de verkiezingen toe zijn bepalend of mensen gaan stemmen en op wie ze gaan stemmen.

7.2 Aanbevelingen voor vervolg onderzoek

Aan de ene kant levert dit onderzoek een ondersteuning voor reeds bestaande theorieën over opkomstbevordering. Zo is ook in dit onderzoek weer naar voren gekomen dat opkomstbevorderende middelen nauwelijks effectief zijn. Eerder toonden Derksen (1994), de Lannoy en Scholten (1998), Tilburg en Velraad (1995) en Husajina (2001) dit al aan. Aan de andere kant geven de resultaten een nieuwe kijk op herindelingsverkiezingen. Tot nu toe werd altijd aangenomen dat de lagere opkomstpercentages bij deze verkiezingen verklaard kon worden door het ontbreken van landelijke media-aandacht. Hier is echter nooit wetenschappelijk bewijs voor gevonden. In dit onderzoek is wel wetenschappelijk bewijs gevonden voor andere factoren die van invloed zijn op de opkomst, die bij reguliere verkiezingen geen rol spelen. Er kan dus aangenomen worden dat niet alleen de media-aandacht een rol speelt, maar dat gevoelens van protest, cynisme en zich onderdeel voelen van de gemeenschap zeker zoveel invloed hebben. Ondanks een intensieve campagne, ter compensering van de landelijke media-aandacht, lag het opkomstpercentage toch 8.4% lager. De media aandacht speelt wellicht een kleinere rol dan tot nu toe is aangenomen.

Tot nu toe is er genoeg onderzoek gedaan naar de effecten van opkomstbevorderende campagnes. Duidelijk is dat deze een zeer beperkt effect opleveren. Aanbevelingen richting de gemeenten komen er dan ook vaak op neer, richt je niet op de korte termijn, maar probeer op langere termijn meer betrokkenheid en vertrouwen te kweken. Instrumenten die hiervoor worden aangedragen zijn: werkbezoeken, kernen bezoeken, informatieavonden, thema avonden, raadsvergadering op locatie, interactieve beleidsvorming, inwonersenquêtes enz. In de wetenschap is echter nog zeer weinig onderzoek gedaan naar de effecten van deze lange termijn instrumenten. Voordat iedereen daar zijn hoop en geld op stort, is het misschien zinvol om deze instrumenten eerst uitvoerig te evalueren. Er zijn genoeg gemeenten die al intensief middelen toepassen om burgers meer bij de politiek te betrekken. Een groot evaluatie onderzoek zou meer inzicht kunnen geven in de effectiviteit van de verschillende middelen. Volgend jaar maart worden de reguliere gemeenteraadsverkiezingen gehouden, dit zou een goed moment zijn om te kijken wat de uitwerkingen zijn op het stemgedrag van mensen. Verder onderzoek naar lange termijn instrumenten gericht op het verhogen van de betrokkenheid is daarom zeer gewenst.

Tot slot zou het ook wenselijk zijn om meer inzicht te krijgen in het percentage van de variantie wat steeds niet kan worden verklaard. Waarschijnlijk is hier ook geen eenduidige verklaring voor te vinden, maar er kan wel meer inzicht worden verkregen in de toevallige factoren. Met kwantitatief onderzoek zijn deze toevallige factoren niet te ondervangen. Daarom zou er naar aanleiding van de gemeenteraadsverkiezingen van volgend jaar een kwalitatief onderzoek moeten worden gedaan. Er kan dan persoonlijk worden doorgevraagd naar de werkelijke redenen om niet te stemmen. Blijkbaar is stemmen een zeer complex gedrag, wat alleen met een complex onderzoek kan worden begrepen.

HOOFDSTUK 8 DISCUSSIE EN REFLECTIE

Een eerste punt waarop gereflecteerd kan worden is de representativiteit van de steekproef. Van de 1000 verstuurdde vragenlijsten is 27.3% teruggekomen. De vraag is nu alleen in hoeverre is deze 27.3% een goede afspiegeling van de bevolking. De steekproef bestond voor 78% uit stemmers, terwijl van de gehele populatie slechts 53.9% stemmers zijn. De resultaten kunnen dus vertekend zijn omdat er vooral stemmers hebben gereageerd. De leeftijd van de steekproef heeft een normale verdeling en ook alle oude gemeente zijn vertegenwoordigd in de steekproef.

Een tweede punt van discussie wordt gevormd door het feit dat de gemeente slechts een paar maanden bestaat. Het kan daarom voor de respondenten moeilijk zijn geweest om al een antwoord te geven op bepaalde vragen. Vooral bij de factoren vertrouwen en cynisme kunnen de respondenten moeite hebben gehad om hun mening te geven. De vraag is daarom in hoeverre er waarde gehecht moet worden aan de antwoorden op deze stellingen. Misschien hadden de mensen nog wel geen mening en hebben daarom veel neutraal ingevuld.

Een derde punt is het tijdsinterval van 5 maanden tussen de verkiezingen en het onderzoek. Weten mensen nog wel precies waarom ze vijf maanden geleden niet zijn gaan stemmen. En in hoeverre hebben mensen geen kennis genomen van de campagne onderdelen, het kan ook zijn dat ze het vergeten zijn.

Als vierde is het meetinstrument ook een belangrijk aspect om te reflecteren. De vragenlijst bestond uit 17 vragen en 42 stellingen waarbij er 9 constructen werden gemeten. De constructen hadden na de betrouwbaarheidsanalyses minimaal 3 items en hadden allemaal een hoge cronbach's Alpha. En uit de factoranalyse kwamen dezelfde factoren als die vooraf waren opgesteld. Tot slot waren de meeste stellingen al in eerder onderzoek gebruikt. Er kan dus gezegd worden dat het een sterk meetinstrument was.

De vijfde beperking zijn de relatief lage R-squares bij dit onderzoek, dit wil zeggen dat slechts een klein gedeelte van de variantie kan worden verklaard door de onafhankelijke variabelen. Het meetinstrument was dus niet in staat om alle redenen te ondervangen, waarom mensen wel of niet gaan stemmen. Het doel van dit onderzoek was vooral, om de opkomstdaling van 10% te verklaren, hier is wel bewijs voor gevonden.

Tot slot kunnen kanttekeningen worden gemaakt bij de generaliseerbaarheid van de conclusies en resultaten. Iedere herindeling is in zekere mate uniek, maar wat betreft de opkomstpercentages ook weer niet. In Bronckhorst was sprake van een extreme herindeling, vijf relatief kleine gemeenten werden een grote gemeente met 37.617 inwoners (Bronckhorst, 2005). Voor de burgers is het daarom ook een grote verandering. De vraag is dan ook of deze herindeling, en daarmee de resultaten van dit onderzoek, vergelijkbaar zijn met andere herindelings.

LITERATUURLIJST

- Aarts, C.W.A.M. (1999). *Opkomst bij Verkiezingen*. Den Haag: Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties.
- Black, J.H., (1991). Reforming the Context of the Voting Process in Canada. Lessons from Democracies. In: H. Bakvis (Red.), *Voter Turnout in Canada*. (pp. 61-158). Toronto and Oxford: Dundurn Press.
- Boogers, M.J.G.J.A. & Weterings, R. (2000). Brabantse raadsverkiezingen als laboratorium: bespiegelingen naar aanleiding van kiezersonderzoek bij vijf Brabantse gemeenteraadsverkiezingen. In: G. Voerman & A.P.M. Lucardie (Red.), *Jaarboek Documentatiecentrum Politieke Partijen 1999*. (pp. 175-190). Groningen: DNPP
- Centraal Bureau voor de Statistiek: *Buurt in beeld*. (n.d.). Opgehaald op 21 juni, 2005, van <http://www.cbs.nl/nl/cijfers/buurt-in-beeld/index.htm>
- Commissie Toekomst Overheidscommunicatie (2001). *In dienst van de democratie: Het rapport van de Commissie Toekomst Overheidscommunicatie*. Den Haag: Sdu Uitgevers.
- Dekker, P. (2002). *Niet-stemmers: een onderzoek naar achtergronden en motieven in enquêtes, interviews en focusgroepen*. Den Haag: Sociaal en cultureel Planbureau.
- Depla, P. (1995). *Technologie en de vernieuwing van de lokale democratie*. Den Haag: Uitgeverij VUGA.
- Depla, P., Tops, P.W., & Weterings, R. (1996). *Kroniek van een gedwongen huwelijk: de bijzondere geschiedenis van de samenvoeging van Rosmalen en 's-Hertogenbosch*. Delft: Eburon.
- Depla, P., & Tops, P.W. (1997). *Betekenis van spreiding van gemeenteraadsverkiezingen voor opkomst en 'nationalisering'*. Den Haag: Ministerie van binnenlandse Zaken.
- Depla, P., Boogers, M., Tops, P.W., & Weterings R. (1998). *Stemmen of thuisblijven? Offerte voor een onderzoek naar de motieven om wel of niet te stemmen bij gemeenteraadsverkiezingen*. Tilburg: Katholieke Universiteit Brabant, Centrum voor Recht, Bestuur en Informatisering.
- Deth, J. van, & Roosen, J. (1994). *Kiezen in Nijmegen: gemeenteraadsverkiezingen 1994, electorale ontwikkelingen en achtergronden*. Nijmegen: Vakgroep Politicologie Katholieke Universiteit Nijmegen.
- Derksen, L. (1994). Opkomstbevorderende campagne: zin of onzin? *Comma*, 6(10), 18-20.
- Eijk, C.v.d. (1993) Bevordering van opkomst heeft nu geen zin meer. In: I. Stroosnijder (red.), *Bevordering van opkomst heeft nu geen zin meer. De Nederlandse Gemeenten*, 24, 20-22.
- Emans, B. (1990). *Interviewen: Theorie, techniek en training*. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Grootendorst, S. (2004). Gemeentelijke herindelingen in de Achterhoek: zó moet het niet [Elektronische versie]. *De Gelderlander*.

Gunsteren, H., & Andeweg, R. (1994). *Het grote ongenoegen: Over de kloof tussen burgers en politiek*. Haarlem: Aramith.

Husajina, M. (2001). *Waar Burgerschap, Verkiezingen en Communicatie samenkomen*. Den Haag: Directie Voorlichting en Communicatie, Ministerie van Binnenlandse Zaken en koninkrijksrelaties.

Husajina, M. (2002). *De burger stemt niet tevreden: Een onderzoek naar opkomstbevorderend beleid van de lokale overheid*. Rotterdam: Erasmus Universiteit faculteit bestuurskunde.

Huizingh, E. (2001), "Inleiding SPSS 9.0 voor Windows en Data Entry", Amsterdam. Academic Service.

Instituut voor Publiek en Politiek (n.d.). Opgehaald op 2 maart, 2005, van <http://www.publiek-politiek.nl>

International Idea. (n.d.). Opgehaald op 9 mei, 2005, van <http://www.int-idea.se>

Jong, de, M., & Schellens, P.J. (1997). Reader-Focused Text Evaluation: An overview of Goals and Methods. *Journal of Business and Technical Communication*, 11, 402-432.

Janssen, J.I.H., & Kerff, R. (1995). *Gemeenteraden kiezen: analyse van de gemeenteraadsverkiezingen 1994 in Limburg en Nederland*. Delft: Eburon.

Kamerstuk 28855 nr. 4 (2003-2004). *Gemeentelijke herindeling van een deel van de Achterhoek, de Graafschap en de Liemers en Bathmen, tevens wijziging van de grens tussen de provincies Gelderland en Overijssel; Verslag*. Staten Generaal. Opgehaald 8 maart, 2005, van <http://parlando.sdu.nl/cgi/login/anonymous>.

Kees, P.E. (1994) *Heeft opkomstbevorderende voorlichting zin? Evaluatie van de voorlichtingscampagne van de gemeente Dordrecht bij de gemeenteraadsverkiezingen van 2 maart 1994*. Dordrecht: Gemeente Dordrecht.

Kock, T. (1993). Opkomst een graadmeter voor politieke interesse. *De Nederlandse Gemeenten*, 26, 12-13.

Kranenburg, M. (2004) Het onbegrepen parlement. *NRC Handelsblad*, pp. 2.

Lannoy, W. de, Scholten, O. (1998). Het nut van opkomstbevordering. *Comma*, 4 (10), 2-4.

Malhotra, N.K., & Birks, D.F. (1999), *Marketing Research; An Applied Approach*. Harlow: Pearson Education Limited.

Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, (1999). *De gemeente als lokale democratie*. Den Haag.

Neijens, P., & Praag, P., van. (1999). *De slag om Yburg: Campagne, Media en Politiek*. Amsterdam: Het Spinhuis.

Oppenhuis, E. (1995). Soorten verkiezingen. In: J.J.M. Holsteyn, van & B. Niemoller (Red.), *De Nederlandse kiezer 1994*. (pp. 45-55). Leiden: DSWO Press.

Partners en Proppe (2005). *Zichtbare politiek- levendige verkiezingen: een netwerkprogramma van activiteiten met en voor gemeenteraden*. Publiek-Politiek.

Saris, W.E., P.C. Neijens & J.A. de Ridder (1992). Informatisering brengt participatie binnen ieders bereik, *Namens*, 6 (8).

SCP (1998), *Sociaal en Cultureel Rapport 1998*. Den Haag, Sociaal en Cultureel Planbureau.

Sitniakowsky, M. (1998). Betrokkenheid bij lokaal bestuur neemt toe: NIPO enquête. *De Nederlandse Gemeenten*, 52 (5), 14-15.

Smeets, I.S.M.A., (1994). Opkomst bij de verkiezingen voor de Tweede Kamer. In: J.J.M. Holsteyn, van & B. Niemoller (Red.), *De Nederlandse kiezer 1994*. (pp. 56-70). Leiden: DSWO Press.

Spector, P.E. (1992). *Summated rating scale construction: An introduction*. London: Sage Publications.

Stroosnijder, I. (1993) Bevordering van opkomst heeft nu geen zin meer. *De Nederlandse Gemeenten*, 24, 20-22.

Svensson, J., & Aarts, C. (2001). Stemmen per internet is onzin [Elektronische versie]. *NRC Handelsblad*.

Swanborn, (1999). *Evalueren*. Amsterdam: Uitgeverij Boom.

Tops, P.W., 1994. *Moderne regenten. Over lokale democratie*. Amsterdam, Antwerpen: Uitgeverij Atlas.

Vereniging Nederlandse Gemeenten. (n.d.). Opgehaald op 5 februari, 2005, <http://www.vng.nl>

Verschuren, P., & Doorewaard, H. (2000). *Het ontwerpen van een onderzoek*. Utrecht: Uitgeverij LEMMA BV.

Vocht, A. de, (2000), *Basishandboek SPSS 8 & 9*, Utrecht, Bijleveld Press.

VROM (2005), *Beleid met burgers: Praktische gids voor burgerparticipatie*. Den Haag: Ministerie van VROM.

Wille, A.C. (2000) *De verdwenen kiezer terug: Opkomstbevorderende strategieën bij de gemeenteraadsverkiezingen*. Instituut voor Publiek en Politiek. Universiteit Leiden: departement bestuurskunde.

Z.N. (2004, 17 november). Helft van de kiezers niet naar de stembus [Elektronische versie]. *De Gelderlander*.

Bijlagen

Bijlage 1 Vragenlijst raadsleden

Vragenlijst raadsleden

- 1. Waar kwam het initiatief vandaan om deze activiteiten te doen? Waarom deze instrumenten? Zijn er nog andere soorten instrumenten in overweging genomen?**
- 2. Hoe was de belangstelling bij de verschillende onderdelen van het programma?**
 - a. Lijsttrekkersdebatten (Hummelo en Keppel, Hengelo)
 - b. Reclame en Publiciteit (Radio Ideaal, dagelijks zendtijd, 10 weken Contact & Zelhems journaal, de Bronckhorster, de Gelderlander.
 - c. Politieke karavaan en informatiemarkten (veel mensen geïnteresseerd?)
 - d. Inwonersonderzoek, (hoeveel mensen, waren de mensen bereidwillig.
 - e. Verkiezingsavond.
- 3. Wat is naar uw mening het bereik van de verschillende onderdelen geweest?**
 - a. Lijsttrekkersdebat
 - b. Reclame en Publiciteit
 - c. Politieke karavaan
 - d. Inwonersonderzoek
 - e. Verkiezingsavond
- 4. Welk van de onderdelen vond u het minst/meest nuttig?**
- 5. Wat had u liever anders gezien in het PR-programma?**
- 6. Zijn er andere middelen die achteraf gezien beter hadden kunnen werken?**
- 7. Hebben de activiteiten volgens u het gewenste resultaat opgeleverd?**
- 8. Op welke manier heeft uw partij, naast de gezamenlijke campagne, nog meer campagne gevoerd? Welke communicatiemiddelen zijn hierbij ingezet? Is er onderscheid gemaakt naar doelgroepen bij de campagnes?**
- 9. Hoe was de belangstelling voor deze activiteiten?**
- 10. Waarom zijn volgens u mensen weggebleven op 17 november 2004?**
- 11. Wat doet uw partij eraan om deze opkomstpercentages in de toekomst te verhogen?**
- 12. Aan welke informatiekanalen hebben de burgers volgens u de meeste behoefte?**
- 13. Heeft u nog suggesties voor mij, wat betreft het onderzoek?**

Bijlage 2 Projectvoorstel verkiezingscampagne Projectvoorstel PR verkiezingen Bronckhorst

Projectperiode: juni – november 2004

Doel van het project

Bieden van praktische ondersteuning aan politieke partijen teneinde de verkiezingsopkomst van Bronckhorst te vergroten.

Achtergrond

Het project is er op gericht het opkomstpercentage bij de tussentijdse gemeenteraadsverkiezing voor Bronckhorst zo hoog mogelijk te krijgen. Het is een bekend gegeven dat de opkomst van kiezers bij herindelingen bedroevend laag is. Door de bekendheid en de betrokkenheid bij de inwoners te vergroten kan het opkomstpercentage gunstig beïnvloed worden. Een soort gelijk project als ons voor ogen staat, leverde in de herindelingsgemeente Opheusden een opkomstpercentage van bijna 75% op.

Het projectvoorstel is op hoofdlijnen mondeling voorgelegd aan de klankbordgroep op 19 mei jl. De klankbordgroep was unaniem enthousiast en heeft Xandra Veltman en Karen Pijnenburg gevraagd het idee verder uit te werken en financiële dekking te zoeken.

Voorstel aan de klankbordgroep

In dit plan presenteren wij u een voorbeeld van een PR-programma. Uiteraard kan het ook anders. Wij stellen u voor een werkgroep PR verkiezingen in het leven te roepen die het voorstel verder uitwerkt en een begroting van kosten te maakt.

Opdracht werkgroep

De opdracht aan de werkgroep is het optimaliseren van het opkomstpercentage bij de gemeenteraadsverkiezing in november 2004. Doelstellingen:

1. De bekendheid van de inwoners met de partijprogramma's van de deelnemende politieke partijen te vergroten;
2. De bekendheid van de inwoners met kandidaten voor de nieuwe gemeenteraad te vergroten;
3. De betrokkenheid van de inwoners bij de tussentijdse verkiezingen te vergroten.

Samenstelling werkgroep

- 1 afgevaardigde per ingeschreven politieke partij, bij voorkeur de PR-persoon
- Xandra Veltman (fusiecommunicatie)
- Karen Pijnenburg (voorzitter)

Activiteiten

Vanuit de bovenomschreven doelstelling zouden de volgende activiteiten kunnen worden herleid:

1. Lokale politieke partijen faciliteiten bieden om hun politieke ideeën toe te lichten, met als doel het binden van kiezers;
2. De inwoners in staat stellen kennis te nemen van de (politieke) cultuur en de kandidaten voor de nieuwe gemeenteraad;

3. De betrokkenheid van inwoners bij (politieke) vraagstukken van de nieuwe gemeente vergroten.

Middelen

In deze paragraaf geven wij u een voorbeeld van een aantal middelen die ingezet zouden kunnen worden. Het is aan de werkgroep PR om te beoordelen welke middelen uiteindelijk voorgesteld worden. De opzet is wel dat deelnemende partijen aan alle middelen die uiteindelijk gekozen worden deelnemen. De werkgroep PR zal bij zijn keuze ook de campagneplannen van de partijen betrekken. Het centrale PR-programma en de partijcampagnes moeten uiteraard wel in elkaar passen.

1. Lijsttrekkersdebat
2. Reclame en publiciteit
3. Politieke karavaan
4. Bewonersonderzoek
5. Verkiezingsavond

Toelichting op deze voorbeelden:

1. Een lijsttrekkersdebat vormt het belangrijkste middel

- Aan dit debat doen alle lijsttrekkers van de ingeschreven politieke partijen mee.
- Tijdens het debat reageren de lijsttrekkers op de uitkomsten van het bewonersonderzoek en brengen daarmee hun eigen partijprogramma voor het voetlicht.

2. Reclame en publiciteit zorgt voor steeds terugkerende aandacht

- Een reclamecampagne in de lokale weekbladen (bijvoorbeeld op de gemeentepagina), om lezers te prikkelen een (politieke) mening over hun nieuwe gemeente te vormen. Zo kunnen bijvoorbeeld de stellingen gepubliceerd worden die gebruikt worden bij het bewonersonderzoek en het debat.
- Oproepen via advertenties om het lijsttrekkersdebat, de plaatsen die door de politieke karavaan worden aangedaan en de verkiezingsavond te bezoeken.
- Een publiciteitscampagne om inwoners te informeren over alle facetten van de verkiezing.
- Hiertoe kan gebruik worden gemaakt van de herindelingskrant, de lokale en regionale week- en dagbladen, de lokale en regionale omroepen en de website van Bronckhorst i.o.

3. De politieke karavaan brengt de politiek naar de voordeur

Gedurende een bepaalde periode kan een politieke karavaan met alle ingeschreven politieke partijen wekelijks een andere (huidige) gemeente aandoen:

- de politici informeren inwoners over hun partijprogramma,
- potentiële gemeenteraadsleden laten (letterlijk en figuurlijk) hun gezicht zien.

4. Bewonersonderzoek spreekt aan

In de vijf gemeenten kunnen 50 mensen (in totaal 250 mensen) telefonisch geënquêteerd worden op basis van stellingen. Antwoordmogelijkheden: eens – oneens – geen mening. De gemeenteraadskandidaten gaan bij voorkeur zelf bellen. Dit is weer een extra mogelijkheid om in contact te treden met de bevolking. Iedere

partij krijgt een aantal telefoonnummers en uiteraard de stellingen die voorgelegd dienen te worden.

De stellingen worden gepubliceerd in de lokale weekbladen (gemeentepagina).

De uitkomsten worden door de discussieleider gebruikt tijdens het lijsttrekkersdebat.

5. De verkiezingsavond brengt leven in de politiek

Alle kandidaten voor de nieuwe gemeenteraad en de lijsttrekkers zijn aanwezig in een grote nader te bepalen zaal. Ook inwoners zijn van harte welkom.

Alle uitslagen worden op een aantal momenten door het stembureau gecommuniceerd met de centrale stemcomputer. Deze tussentijdse uitslagen worden op een groot scherm geprojecteerd. Een presentator interviewt lijsttrekkers en bewoners a.d.h.v. de tussentijdse uitkomsten. De avond wordt afgesloten met een gezamenlijk gesprek met alle lijsttrekkers, nadat de definitieve uitslag bekend is geworden.

De organisatie van de verkiezingsavond ligt normaal gesproken in handen van het hoofd van het stembureau.

Budget

De kosten voor de uitvoering van het PR-programma zijn zeer afhankelijk van de activiteiten waarvoor wordt gekozen. Wij houden rekening met een begroting van circa € 7500.

Niet alle werkzaamheden kunnen uitgevoerd worden door de eigen medewerkers van de griffies. We moeten er rekening mee houden dat voor bepaalde activiteiten de hulp van derden wordt ingeroepen.

Financiële dekking

Dekking kan voor een deel gevonden uit het budget frictiekosten voor de herindeling. De werkgroep financiën bekijkt momenteel om welk bedrag dit gaat.

Er zal gebruik worden gemaakt van Xandra Veltman, die door de stuurgroep is ingehuurd voor de fusiecommunicatie. Xandra zal de reclame en publiciteit verzorgen. O.a. de aankondigingen van de activiteiten op de gemeentepagina's, in de herindelingskrant en in de andere media (krant, radio en TV) verzorgen.

De uren van Karen Pijnenburg zullen binnen haar reguliere werkweek worden gevonden.

De overige kosten zullen opgebracht moeten worden door de politieke partijen of de 5 gemeenteraden. Is de klankbordgroep bereid om een kredietaanvraag te doen aan de 5 raden?

Zelhem, 10 juni 2004

Karen Pijnenburg en Xandra Veltman

Bijlage 3 De uiteindelijke brief en vragenlijst



gemeente Bronckhorst

Hengelo Gld, april 2005

Beste inwoner van de gemeente Bronckhorst,

Een nieuwe gemeente, een nieuwe gemeenteraad. Op 17 november 2004 kon u uw stem uitbrengen over de samenstelling van de nieuwe gemeenteraad van Bronckhorst. De gemeenteraad vertegenwoordigt u en daarom is het belangrijk dat zij door zoveel mogelijk burgers wordt samengesteld. De aan de verkiezingen deelnemende politieke partijen hebben dan ook met een gezamenlijke campagne geprobeerd, u zo goed mogelijk te informeren en te motiveren om te gaan stemmen.

Door middel van de bijgevoegde vragenlijst wil de gemeenteraad achterhalen wat u van deze campagne heeft gemerkt en wat u er van vond. Met de resultaten van dit onderzoek hoopt de gemeenteraad te weten te komen of de campagne effectief is geweest en waarom u wel of juist niet bent gaan stemmen. Deze informatie is van belang om te kijken hoe het in de toekomst beter kan.

Op basis van een steekproef bent u geselecteerd om mee te werken aan het onderzoek. Dit kunt u doen door het invullen van de vragenlijst. Het zal ongeveer 10 minuten van uw tijd kosten. Wij vragen u de ingevulde vragenlijst in de antwoordenveloppe terug te sturen, hierop hoeft u geen postzegel te plakken. In verband met de voortgang van dit onderzoek, wordt u vriendelijk gevraagd de vragenlijst voor 21 april ingevuld te retourneren. Uw deelname is anoniem en de gegevens blijven dus vertrouwelijk. De resultaten komen in mei op de gemeentepagina in het weekblad Contact.

Dit onderzoek wordt uitgevoerd in samenwerking met de faculteit Toegepaste CommunicatieWetenschap van de Universiteit Twente.

Bij voorbaat dank voor uw medewerking.

De gemeenteraad van Bronckhorst,
de griffier,

de voorzitter,

Mevr. K.E. Pijnenburg

H.L. van der Wende

1. De gemeente Bronckhorst heeft voor de afgelopen gemeenteraadsverkiezingen een voorlichtingscampagne gehouden. Alle acties uit deze voorlichtingscampagne worden achtereenvolgens genoemd. Wilt u met een kruisje aangeven van welke voorlichtingsacties u wel of geen kennis genomen heeft?

Voorlichtingsactie	Wel kennis	Geen kennis
a. Lijsttrekkersdebat Hummelo en Keppel	☐	☐
b. Lijsttrekkersdebat Hengelo	☐	☐
c. Artikelen over verkiezingen in het Contact	☐	☐
d. Artikelen over verkiezingen in de Gelderlander	☐	☐
e. Artikelen over verkiezingen in de Bronckhorster	☐	☐
f. Informatie over de verkiezingen op radio Ideaal	☐	☐
g. Politieke Karavaan en informatiemarkt Bronckhorst/Steenderen	☐	☐
h. Politieke Karavaan en informatiemarkt Zelhem	☐	☐
i. Politieke Karavaan en informatiemarkt Vorden	☐	☐
j. Belronde onder de inwoners door raadsleden	☐	☐

Heeft u van geen een voorlichtingsactie kennis genomen ga dan verder met vraag 8

2. Hebben de voorlichtingsacties waarvan u kennis heeft genomen, invloed gehad op uw keuze om wel of niet te gaan stemmen?

	Ja	Beetje	Nee
a. Lijsttrekkersdebat Hummelo en Keppel	☐	☐	☐
b. Lijsttrekkersdebat Hengelo	☐	☐	☐
c. Artikelen over verkiezingen in het Contact	☐	☐	☐
d. Artikelen over verkiezingen in de Gelderlander	☐	☐	☐
e. Artikelen over verkiezingen in de Bronckhorster	☐	☐	☐
f. Informatie over de verkiezingen op radio Ideaal	☐	☐	☐
g. Politieke Karavaan en informatiemarkt Bronckhorst/Steenderen	☐	☐	☐
h. Politieke Karavaan en informatiemarkt Zelhem	☐	☐	☐
i. Politieke Karavaan en informatiemarkt Vorden	☐	☐	☐
j. Belronde onder de inwoners door raadsleden	☐	☐	☐

3. Welke voorlichtingsactie heeft de grootste invloed gehad bij uw keuze om wel of niet te gaan stemmen? Letter:... (Antwoordletter uit vraag 1)

4. Indien u heeft gestemd; zou u ook zijn gaan stemmen als de gemeente geen voorlichtingscampagne voor de gemeenteraadsverkiezingen zou hebben gehouden?

- ☐ Nee
☐ Ja
☐ Weet ik niet

5. Heeft u in de voorlichtingscampagne van de gemeente Bronckhorst over de gemeenteraadsverkiezingen iets gemist?

- ☐ Nee
☐ Ja--> Wat dan?.....
.....

6. Hoe scoort de gehele campagne volgens u op deze specifieke onderdelen? (Kruis het hokje aan dat het meest van toepassing is op de campagne)

Niet informatief	☐	☐	☐	☐	☐	Informatief
Onduidelijk	☐	☐	☐	☐	☐	Duidelijk
Onopvallend	☐	☐	☐	☐	☐	Opvallend
Ongeloofwaardig	☐	☐	☐	☐	☐	Geloofwaardig
Oninteressant	☐	☐	☐	☐	☐	Interessant

7. Welk algemeen rapportcijfer zou u de campagne van de gemeente Bronckhorst geven?
(Omcirkel het getal)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

8. Heeft u op 17 november 2004 gestemd bij de gemeenteraadsverkiezingen van de gemeente Bronckhorst?

☐ Nee, niet gestemd

☐ Ja, wel gestemd -----> gaat u verder met vraag 12

9. Wist u dat er verkiezingen waren op 17 november 2004?

☐ Nee

☐ Ja

10. Wat kan de gemeente doen, zodat u in de toekomst wel gaat stemmen?

.....
.....

11. Wat waren voor u de belangrijkste redenen om niet te stemmen?(max. 3 mogelijkheden aankruisen) → Ga na deze vraag verder met vraag 14

☐ Ik heb geen oproep ontvangen.

☐ Ik kon niet (ziek, vakantie, geen tijd, moest werken).

☐ Ik weet te weinig van de gemeentelijke politiek om te kunnen kiezen.

☐ Mijn stem doet er niet toe.

☐ Het maakt niet uit wat je stemt, alle standpunten lijken op elkaar.

☐ Het gaat goed in Nederland, dus hoef ik niet te stemmen.

☐ Uit protest tegen de gemeentelijke herindeling.

☐ Ik heb geen belangstelling voor de lokale politiek.

☐ De raadsleden luisteren toch niet naar mijn stem.

☐ Over echt belangrijke zaken gaat de gemeente niet.

☐ Door de herindeling ken ik de raadsleden niet meer.

☐ Ik vind dat de gemeente veel te groot is geworden.

☐ Andere reden, namelijk.....

12. Wat is uw mening over de onderstaande stellingen, betreft redenen om wel te gaan stemmen?

	Helemaal mee oneens	Mee Oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
- Het houden van verkiezingen past binnen een democratie waar ik waarde aan hecht.	☐	☐	☐	☐	☐
- Door te stemmen kun je invloed op het beleid uitoefenen.	☐	☐	☐	☐	☐
- Ik geef hiermee steun aan de partij die mij aanspreekt.	☐	☐	☐	☐	☐
- Ik vind het belangrijk dat de problemen in Bronckhorst goed aangepakt worden.	☐	☐	☐	☐	☐
- Het is een kleine moeite.	☐	☐	☐	☐	☐
- Ik heb duidelijk willen maken dat het roer om moet.	☐	☐	☐	☐	☐
- Nu de gemeente zo groot is, vind ik het belangrijk dat er iemand uit mijn dorp in de gemeenteraad zit.	☐	☐	☐	☐	☐
- Andere reden, namelijk.....					

13. Om welke reden heeft u op een bepaalde partij gestemd?

☐ Partijprogramma sluit aan bij mijn standpunten

☐ Raadslid uit mijn eigen dorp

☐ Omdat ik altijd op die partij stem

☐ A.d.h.v. de partijcampagne

☐ Raadslid is familie/kennis/vriend

☐ Anders nl,.....

14. Zou u hier willen aankruisen welke situatie op u van toepassing is?

- ☐ Ik stem altijd bij gemeenteraadsverkiezingen.
- ☐ Ik heb de vorige keer wel gestemd, maar nu niet.
- ☐ Ik stem nooit bij gemeenteraadsverkiezingen.
- ☐ Ik heb de vorige keer niet gestemd, maar nu wel.
- ☐ Ik ben na 2002 18 geworden en ik heb nu wel gestemd.
- ☐ Ik ben na 2002 18 geworden en ik heb nu niet gestemd.

15. Hieronder staan een aantal stellingen over de gemeentelijke politiek. Kunt u aangeven wat uw mening is?

	Helemaal mee oneens	Mee Oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
1. Gemeenteraadsleden zouden meer dan nu gebeurt contact moeten zoeken met de burgers.	☐	☐	☐	☐	☐
2. Burgers zouden meer betrokken moeten worden bij het beleid van de gemeente.	☐	☐	☐	☐	☐
3. Het gemeentebestuur zou zich vaker op locatie moeten presenteren om contact met de burger te krijgen.	☐	☐	☐	☐	☐
4. De politici van Bronckhorst staan ver van mij af.	☐	☐	☐	☐	☐
5. Er moeten inspraakbijeenkomsten worden georganiseerd om de stem van de burger te horen.	☐	☐	☐	☐	☐
6. Ik volg de lokale politiek nauwelijks.	☐	☐	☐	☐	☐
7. Ik ben goed op de hoogte van de lokale politiek.	☐	☐	☐	☐	☐
8. Lokale politiek kan me weinig interesseren.	☐	☐	☐	☐	☐
9. Het bestuur doet veel moeite om problemen in de gemeente aan te pakken.	☐	☐	☐	☐	☐
10. Beloften gedaan bij gemeenteraadsverkiezingen worden nagekomen.	☐	☐	☐	☐	☐
11. Gemeenteraadsleden weten over het algemeen goed wat er leeft onder de mensen in de gemeente Bronckhorst.	☐	☐	☐	☐	☐
12. Ik heb de indruk dat het bestuur van de gemeente vaak positief reageert op initiatieven van burgers.	☐	☐	☐	☐	☐
13. Politieke beslissingen in Bronckhorst worden te veel in het geheim genomen.	☐	☐	☐	☐	☐
14. Ik heb weinig vertrouwen in de mensen die gekozen zijn.	☐	☐	☐	☐	☐
15. Gemeenteraadsleden bekommeren zich niet om mensen zoals ik.	☐	☐	☐	☐	☐
16. Gemeenteraadsleden letten te veel op het belang van machtige groepen of personen en te weinig op het algemeen belang.	☐	☐	☐	☐	☐
17. Raadslid word je eerder door je politieke vrienden dan door je bekwaamheden.	☐	☐	☐	☐	☐
18. Tegen beter weten in beloven politici meer dan ze kunnen waarmaken.	☐	☐	☐	☐	☐
19. De gemeentepolitiek is voor mij te ingewikkeld.	☐	☐	☐	☐	☐
20. Ik vind mezelf heel goed in staat om een actieve rol te spelen in de gemeentepolitiek.	☐	☐	☐	☐	☐
21. Ik denk dat ik als gemeenteraadslid het even zo goed zou doen als de meeste andere mensen.	☐	☐	☐	☐	☐
22. Ik weet wie de wethouders zijn.	☐	☐	☐	☐	☐

	Helemaal mee oneens	Mee Oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
23. Ik weet hoe de lokale politiek in elkaar steekt.	☐	☐	☐	☐	☐
24. Mensen zoals ik hebben wel degelijk invloed op de gemeentepolitiek.	☐	☐	☐	☐	☐
25. Als mensen echt willen, kunnen ze het gemeentebestuur best beïnvloeden.	☐	☐	☐	☐	☐
26. Om politieke invloed uit te oefenen helpt stemmen niet.	☐	☐	☐	☐	☐
27. Stemmen levert mij persoonlijk niets op.	☐	☐	☐	☐	☐
28. Gaan stemmen is een plicht tegenover de samenleving.	☐	☐	☐	☐	☐
29. Als je niet stemt verlies je het recht om kritiek uit te oefenen.	☐	☐	☐	☐	☐
30. Stemmen is een manier om je politieke overtuiging kenbaar te maken.	☐	☐	☐	☐	☐
31. De gemeentelijke politiek heeft veel invloed op mijn persoonlijke leven.	☐	☐	☐	☐	☐
32. De verkiezingen deden er niet meer toe, de herindeling was al in kannen en kruiken.	☐	☐	☐	☐	☐
33. Ik zie het voordeel van de herindeling niet in.	☐	☐	☐	☐	☐
34. Ik ben van mening dat wij als burgers er alleen maar op vooruit zijn gegaan dankzij de nieuwe gemeente.	☐	☐	☐	☐	☐
35. Door de nieuwe gemeente ken ik de raadsleden minder goed.	☐	☐	☐	☐	☐
36. Ik wist niet op wie ik moest stemmen.	☐	☐	☐	☐	☐
37. Ik ben blij met de nieuwe gemeente Bronckhorst.	☐	☐	☐	☐	☐
38. Ik heb vertrouwen in de nieuwe gemeente.	☐	☐	☐	☐	☐
39. De gemeente is te groot geworden.	☐	☐	☐	☐	☐
40. Ik voel me al een echte Bronckhorster.	☐	☐	☐	☐	☐
41. Ik ben trots op mijn gemeente.	☐	☐	☐	☐	☐
42. Ik voel me verbonden met de gemeente Bronckhorst.	☐	☐	☐	☐	☐

Dan volgen nu nog enkele algemene vragen, die uiteraard ook vertrouwelijk worden verwerkt.

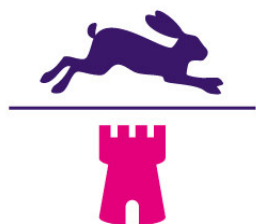
16. Wat is uw leeftijd?

17. In welke plaats woont u?....

18. Welke middelen zijn voor u wenselijk om in contact te staan met de gemeente?

- | | |
|---|--|
| ☐ Lokale weekbladen(Contact, de Bronckhorster) | ☐ Een gemeentekrant |
| ☐ Website van de gemeente Bronckhorst | ☐ Raadsvergadering op locatie |
| ☐ De Gelderlander, de Stentor | ☐ Anders nl..... |
| ☐ Informatie avonden | |

Hartelijk dank voor uw medewerking!



gemeente Bronckhorst

Gemeente Bronckhorst houdt inwonersonderzoek naar communicatie rond gemeenteraadsverkiezingen

Hebt u afgelopen november gestemd bij de gemeenteraadsverkiezingen? Of juist niet? Is de campagne rondom de gevoerde verkiezingen u opgevallen? De gemeente Bronckhorst wil weten of de gevoerde campagne inwoners over de streep heeft getrokken om te gaan stemmen. De gemeente is daarom bezig met een inwonersonderzoek naar de afgelopen gemeenteraadsverkiezingen van november 2004. Door middel van dit onderzoek wil de gemeente te weten komen hoe ze haar burgers in de toekomst het best bij gemeenteraadsverkiezingen kan benaderen en informeren. Het onderzoek wordt uitgevoerd in samenwerking met de faculteit Toegepaste Communicatiewetenschap van de Universiteit Twente. De resultaten zijn namelijk ook van wetenschappelijk belang, omdat ze meer inzicht kunnen geven in het nut van opkomstbevorderende middelen. Ook komt er meer duidelijkheid over de motieven van burgers om wel of niet te stemmen bij tussentijdse gemeenteraadsverkiezingen. 1000 Kiesgerechtigde inwoners van de gemeente Bronckhorst ontvangen een dezer dagen een vragenlijst in de brievenbus. De resultaten zijn belangrijk voor de gemeente Bronckhorst, dus de gemeente hoopt veel reacties te ontvangen! Wie geen vragenlijst in de bus heeft gekregen, maar toch graag wil meewerken aan het onderzoek, kan contact opnemen met de afdeling Griffie van de gemeente, tel. (0575) 75 05 45.

Hengelo Gld, 8 april 2005

Voor meer informatie over dit bericht kunt u contact opnemen met afdeling Communicatie, tel. (0575) 75 02 50.

P
E
R
S
B
E
R
I
C
H
T

Bijlage 5 Frequentietabellen van de stellingen

Stellingen	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens	N	Gemiddelde
1. Gemeenteraadsleden zouden meer dan nu gebeurt contact moeten zoeken met de burgers	1	4	55	121	81	262	4.06
2. Burgers zouden meer betrokken moeten worden bij het beleid van de gemeente		9	53	130	69	261	4.00
3. Het gemeentebestuur zou zich vaker op locatie moeten presenteren om contact met de burger te krijgen.		8	68	122	62	260	3.91
4. De politici van Bronckhorst staan ver van mij af.	2	16	76	106	61	261	3.77
5. Er moeten inspraakbijeenkomsten worden georganiseerd om de stem van de burger te horen.	2	20	83	110	45	260	3.68
6. Ik volg de lokale politiek nauwelijks.	24	76	87	57	16	260	2.87
7. Ik ben goed op de hoogte van de lokale politiek.	16	64	128	40	13	261	2.90
8. Lokale politiek kan me weinig interesseren.	41	89	99	21	10	260	2.50
9. Het bestuur doet veel moeite om problemen in de gemeente aan te pakken.	13	39	165	40	3	260	2.92
10. Beloften gedaan bij gemeenteraadsverkiezingen worden nagekomen.	17	59	163	14	5	258	2.73
11. Gemeenteraadsleden weten over het algemeen goed wat er leeft onder de mensen in de gemeente Bronckhorst.	23	65	131	39	1	259	2.73
12. Ik heb de indruk dat het bestuur van de gemeente vaak positief reageert op initiatieven van burgers.	14	61	152	29	4	260	2.80
13. Politieke beslissingen in Bronckhorst worden te veel in het geheim genomen.	15	50	157	35	1	258	2.83
14. Ik heb weinig vertrouwen in de mensen die gekozen zijn.	8	18	126	96	11	259	3.32
15. Gemeenteraadsleden bekommeren zich niet om mensen zoals ik.	10	82	112	38	17	259	2.96
16. Gemeenteraadsleden letten te veel op het belang van machtige groepen of personen en te weinig op het algemeen belang.	34	89	85	46	7	261	2.63
17. Raadslid word je eerder door je politieke vrienden dan door je bekwaamheden.	20	85	79	70	6	260	2.83
18. Tegen beter weten in beloven politici meer dan ze kunnen waarmaken.	35	120	85	18	2	260	2.35
19. De gemeentepolitiek is voor mij te ingewikkeld.	28	85	114	25	7	259	2.60
20. Ik vind mezelf heel goed in staat om een actieve rol te spelen in de	41	76	88	38	17	260	2.67

gemeentepolitiek.							
21. Ik denk dat ik als gemeenteraadslid het even zo goed zou doen als de meeste andere mensen.	39	64	98	42	16	259	2.73
22. Ik weet wie de wethouders zijn.	38	77	62	61	22	260	2.81
23. Ik weet hoe de lokale politiek in elkaar steekt.	13	52	113	72	9	259	3.05
24. Mensen zoals ik hebben wel degelijk invloed op de gemeentepolitiek.	16	83	95	61	3	258	2.81
25. Als mensen echt willen, kunnen ze het gemeentebestuur best beïnvloeden.	12	38	78	120	11	259	3.31
26. Om politieke invloed uit te oefenen helpt stemmen niet.	36	119	49	45	10	259	2.51
27. Stemmen levert mij persoonlijk niets op.	10	72	77	79	21	259	3.19
28. Gaan stemmen is een plicht tegenover de samenleving.	11	25	32	119	74	261	3.85
29. Als je niet stemt verlies je het recht om kritiek uit te oefenen.	10	27	28	122	73	260	3.85
30. Stemmen is een manier om je politieke overtuiging kenbaar te maken.	5	19	24	147	63	258	3.95
31. De gemeentelijke politiek heeft veel invloed op mijn persoonlijke leven.	40	83	89	36	9	257	2.58
32. De verkiezingen deden er niet meer toe, de herindeling was al in kannen en kruiken.	11	29	66	94	59	259	3.62
33. Ik zie het voordeel van de herindeling niet in.	11	36	62	72	87	262	3.75
34. Ik ben van mening dat wij als burgers er alleen maar op vooruit zijn gegaan dankzij de nieuwe gemeente.	64	86	97	12	1	260	2.31
35. Door de nieuwe gemeente ken ik de raadsleden minder goed.	1	14	34	154	58	261	3.98
36. Ik wist niet op wie ik moest stemmen.	51	105	55	36	13	260	2.44
37. Ik ben blij met de nieuwe gemeente Bronckhorst.	48	50	127	32	4	261	2.60
38. Ik heb vertrouwen in de nieuwe gemeente.	30	37	130	56	7	260	2.89
39. De gemeente is te groot geworden.	8	33	71	85	66	263	3.78
40. Ik voel me al een echte Bronckhorster.	78	82	80	15	5	260	2.18
41. Ik ben trots op mijn gemeente.	37	37	143	33	11	261	2.80
42. Voel me verbonden met de gemeente Bronckhorst.	44	44	112	55	5	260	2.74