

RAADSBRIEF

ONDERWERP

Verantwoording uitvoering motie 2025 M35 – Opkomstbevordering gemeenteraadsverkiezingen Twenterand 2026.

KENNISNEMEN VAN

De wijze waarop uitvoering is gegeven aan motie 2025 M35 *Opkomstbevordering verkiezingen* en de resultaten van de campagne in relatie tot de opkomst bij de gemeenteraadsverkiezingen van 2026.

INLEIDING

Op 8 juli 2025 heeft de gemeenteraad van Twenterand de motie 2025 M35 aangenomen. Met deze motie heeft de raad het college gevraagd om in aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen van 2026 actief in te zetten op het vergroten van de opkomst, met speciale aandacht voor jongeren en voor toegankelijkheid.

Naar aanleiding van de motie is het *Plan van Aanpak – Campagne Opkomstbevordering Gemeenteraadsverkiezingen Twenterand* opgesteld en uitgevoerd. In deze verantwoording wordt op hoofdlijnen beschreven hoe invulling is gegeven aan de motie en hoe de campagne zich verhoudt tot de gerealiseerde opkomst bij de verkiezingen.

KERNBOODSCHAP

De doelstelling van de campagne was het verhogen van de opkomst bij de gemeenteraadsverkiezingen van 2026 door inwoners te motiveren om te stemmen en hen te laten zien wat de gemeenteraad dicht bij huis voor hen betekent. Dit is uitgevoerd onder het campagneconcept **“Wat doet de gemeenteraad voor jou?”**, met nadruk op herkenbaarheid, nabijheid, begrijpelijkheid en inclusiviteit.

De campagne is breed en zichtbaar ingezet. De campagne draaide om herkenbare situaties, persoonlijke verhalen en begrijpelijke uitleg. Door inwoners te bevragen op straat en in de supermarkt over wat de gemeente voor hen betekent, is een directe link gelegd tussen hun leefwereld en het lokale bestuur.

De campagne is uitgevoerd binnen de beschikbare financiële middelen en is gebleven binnen de vastgestelde begroting.

Er is expliciet aandacht besteed aan:

- toegankelijkheid voor inwoners met een beperking;
- jongeren, waaronder first-time voters;
- herkenbare thema's die aansluiten bij de leefwereld van inwoners.

Resultaten

De landelijke opkomst bij gemeenteraadsverkiezingen steeg in 2026 naar 53,7% (2022: 51%). In Twenterand steeg de opkomst van circa 56% in 2022 naar **58,8% in 2026**. Daarmee laat Twenterand een stijging van **2,8%** zien ten opzichte van 2022 en ligt de opkomst **ruim boven het landelijk gemiddelde (+5,1%)**.

Hoewel de opkomst bij verkiezingen mede wordt beïnvloed door externe en landelijke factoren en de stijging niet uitsluitend aan de campagne kan worden toegeschreven, kan worden vastgesteld dat:

- de opkomst in Twenterand is gestegen;

- de campagne conform de motie en het plan van aanpak zichtbaar, consistent en breed is uitgevoerd;
- de campagne heeft bijgedragen aan bewustwording, herkenning en toegankelijkheid rondom stemmen.

Strategische uitgangspunten

De campagne was gebaseerd op drie samenhangende pijlers:

1. Toegankelijkheid en begrijpelijkheid

Alle communicatie is opgesteld in begrijpelijke taal en ondersteund met herkenbare beelden, dicht bij de leefwereld van inwoners. Voor slechtziende en blinde inwoners zijn de stemmal en stembox ingezet. Daarnaast is specifieke informatie gedeeld via de nieuwsbrief van de Lotgenotengroep Blinden & slechtzienden.

Om de fysieke toegankelijkheid van stembureaus te verbeteren, zijn drempelhulpen aangeschaft en ingezet. Er is bewust afgezien van het inrichten van een afzonderlijk prikkelarm stembureau, omdat uit een behoeftepeiling via Evenmens bleek dat de bestaande stembureaus al als voldoende prikkelarm worden ervaren.

2. Herkenbaarheid en nabijheid

De campagne was zichtbaar op diverse plekken in de gemeente. Campagnebeelden zijn ingezet op reclameborden langs de weg, via sociale media en in een mini-expositie in alle vier de bibliotheekvestigingen.

De gekozen thema's sloten aan bij onderwerpen die in Twenterand de afgelopen jaren zichtbaar speelden, zoals bestaanszekerheid, woningen voor starters en senioren, veilige buurten en sport en cultuur voor iedereen. Door samenwerking met Bibliotheek Twenterand en zichtbaarheid via onder andere DeltaFM en InTwenterand kwam de campagne herhaaldelijk onder de aandacht van inwoners.

Daarnaast zijn twee pitchavonden georganiseerd, waarbij inwoners en politieke partijen met elkaar in gesprek gingen. Deze avonden bestonden uit korte pitches per partij, gevolgd door ruimte voor onderling contact. Deze laagdrempelige vorm werd positief ontvangen door zowel inwoners als deelnemende partijen. Omdat nieuwe werkvormen tijd nodig hebben om breed bekend te raken, bestaat de wens om deze vorm in de komende vier jaar vaker te organiseren.

3. Doelgroepgericht en inclusief

De campagne richtte zich op alle stemgerechtigden, met oog voor de demografische opbouw van Twenterand: circa 30% van de kiezers is 65 jaar of ouder en ongeveer 25% is tussen de 18 en 35 jaar.

Binnen deze brede aanpak was er extra aandacht voor jongeren die voor het eerst mochten stemmen. Dit gebeurde onder andere door het versturen van een persoonlijke Ansichtkaart namens de burgemeester, in samenwerking met DJ Isa, en door de inzet en herhaalde aandacht voor de jongerenstemwijzer **YoungVoice**.

In samenwerking met MEE Samen is daarnaast een verkiezingsavond georganiseerd voor inwoners met een licht verstandelijke beperking, waarbij zij konden oefenen met stemmen en uitleg kregen over het verkiezingsproces.

Middelenmix

Conform het plan van aanpak is gekozen voor een combinatie van online communicatie (zoals QR-codes naar uitlegvideo's), offline middelen (onder andere posters langs de weg) en fysieke en persoonlijke contactmomenten, zoals de mini-expositie in de bibliotheek en de pitchavonden. Deze herhalende middelenmix zorgde voor zichtbaarheid en herkenning in de aanloop naar de verkiezingen. Daarbij is gebruikgemaakt van een frisse en opvallende vormgeving, passend bij de gemeentelijke uitstraling maar met een eigen, herkenbaar karakter.

Trede participatieladder: informeren

VERVOLG

De campagne laat zien dat een meerjarige, herkenbare en inclusieve aanpak bijdraagt aan betrokkenheid van inwoners bij lokale democratie. De opgedane ervaringen, waaronder de positieve waardering voor nieuwe vormen zoals de pitchavonden, worden benut bij toekomstige participatie- en verkiezingsactiviteiten. De inzet blijft gericht op het verder versterken van betrokkenheid, bereik en toegankelijkheid voor alle inwoners van Twenterand.

BIJLAGEN

Geen.

PORTEFEUILLE

Algemeen bestuurlijke zaken

Vriezenveen, 20 april 2026

Burgemeester en wethouders van Twenterand

de secretaris,

P.F.G. Rossen

de burgemeester,

G.J. Gorter