

 UNIE VAN WATERSCHAPPEN*Bijlage*
Lv 06-81a**Oplegnotitie***Agendapunt*
4**Onderwerp**

Project Landelijke Verkiezingen 2008



06.32119

Bijlagen

LV 06-81a t/m d

Opsteller

mr. M.A.H. van Esch

Datum behandeling

22 december 2006

Inhoud notitie

De voortgang van het Project Landelijke Verkiezingen 2008 met als bijlage het onderscheid centraal en decentraal van de werkgroepen BJZ en COM (bijlage LV 06-81b) alsmede 2 notities over kostenverdeling gebaseerd op aantallen stemgerechtigde ingezetenen (bijlage LV 06-81c) en over mogelijkheden met postbus 51 (bijlage LV 06-81d).

De precieze vormgeving van een bindingsdocument, waar de projectgroep op zichzelf voorstander van is, vraagt meer voorbereiding en zal in de ledenvergadering van maart 2007 behandeld kunnen worden.

Besproken in

Op 30 november in de Stuurgroep landelijke verkiezingen en op 1 december in het Uniebestuur.

Op 4 december is er een bestuurdersbijeenkomst gehouden in Utrecht om de waterschappen te informeren. Alle waterschappen waren hierbij aanwezig.

Standpunten andere partijen

Met betrekking tot centrale activiteiten vinden zowel Stuurgroep als Uniebestuur dat zoveel mogelijk centraal kan worden gedaan, omdat daarmee veel voordelen behaald kunnen worden. Bij het overzicht van BJZ zou het internetstemmen nog wat meer onder centraal aangeduid mogen worden. Inzake de kostentoedeling wordt opgemerkt dat wat betreft de aantallen stemgerechtigden hier sprake is van een indicatie. De waterschappen hebben nog de gelegenheid om de aangeleverde gegevens te controleren. Verder wordt de voorkeur gegeven aan een verdeling op basis van 80-20. Tot slot wordt de mogelijkheid van postbus 51 aangemoedigd.

Bestuurlijke aandachtspunten

Na de vaststelling van de Waterschapswet zal veel aandacht uitgaan naar de landelijke verkiezingen in 2008. Dat biedt de sector volop kansen. De waterschappen kunnen zich daarbij geen grote fouten veroorloven.

Financiële gevolgen

Voor het project is een budget beschikbaar ten bedrage van € 16.000.000,- dat buiten de Uniebegroting om gefinancierd zal worden.

Vervolgprocedure

Het project wordt verder uitgevoerd.

Gewenste communicatieacties

Binnen het project is er een Werkgroep communicatie die zich hier gericht mee bezighoudt.



Voorstel

Instemmen met de gekozen aanpak en kennis nemen van de voortgang van het project Landelijke Verkiezingen 2008.

Bijlage

Stand van lopende zaken; onderscheid centraal en decentraal; het bindingsdocument

Landelijke waterschapsverkiezingen

In de vergadering van de ledenvergadering op 30 juni 2006 is het koepelplan voor de organisatie van de landelijk waterschapsverkiezingen 2008 besproken (bijlagen LV 06-31a en b). De voorzitter heeft in deze vergadering geconcludeerd dat de ledenvergadering aan het Uniebestuur mandaat verleent om op de ingeslagen weg, zoals die in het koepelplan is neergelegd, verder te gaan. Er is commitment om de organisatie van de waterschapsverkiezingen 2008 gezamenlijk op te pakken.

Op een aantal punten is door de ledenvergadering nadere uitwerking gevraagd. Het betreft de kostenverdeelsleutel en de vraag welke zaken centraal en welke decentraal worden aangepakt. Tevens is in de vergadering de wenselijkheid besproken van een zg. bindingsdocument, dat ondertekend wordt door alle waterschappen waarmee het commitment in een document wordt bekrachtigd.

De voorzitter heeft toegezegd op deze aspecten terug te komen. Onderstaand wordt aan bovengenoemde zaken aandacht geschonken. Over de kostenverdeelsleutel wordt in deze vergadering een afzonderlijke notitie aan u voorgelegd.

De onder de Projectgroep landelijke waterschapsverkiezingen ressorterende Werkgroepen bestuurlijke en juridische zaken (BJZ), communicatie, bestanden en aanbesteding leggen op dit moment (november-december) de laatste hand aan de planning van hun werkzaamheden tot aan het moment van de verkiezingen. De Projectgroep zal deze planningen met de planning van Het Waterschapshuis wat het internetstemmen betreft, in december 2006 samenvoegen tot één integrale planning voor het gehele project. Na accordering van de integrale planning door de Stuurgroep Landelijke Waterschapsverkiezingen, zal deze aan de waterschappen worden aangeboden.

Centraal/decentraal

De Werkgroepen BJZ en communicatie hebben voor de beantwoording van de vraag wat wel of niet centraal wordt gedaan, nadrukkelijk contact gezocht met de waterschappen die niet in de betreffende werkgroepen vertegenwoordigd zijn. Dit is overigens de manier van werken die de Projectgroep voorstaat, namelijk steeds zoveel mogelijk draagvlak zoeken bij alle waterschappen. De terugkoppeling gebeurt via de contactpersonen van de werkgroepen bij de waterschappen.

Criteria voor de beantwoording van de vraag of iets al of niet centraal moet worden opgepakt zijn vooral geweest efficiency en (de wenselijkheid van) uniformiteit.

In de bijlagen vindt u de overzichten die door de twee werkgroepen zijn opgesteld. Hoewel mogelijk nog niet helemaal volledig, scheppen deze overzichten een duidelijk beeld van wat landelijk door de Projectorganisatie en wat vanuit de waterschappen zelf moet worden opgepakt. Na vaststelling door uw vergadering, maken zij onderdeel uit van het koepelplan.

Bindingsdocument

De Projectgroep is voorstander van het opstellen en bekrachtigen van een bindingsdocument door alle waterschappen. Op dit moment wordt nog gesleuteld aan de vorm waarin zo'n document het best kan worden gegoten.



De positieve opstelling van de Projectgroep ten aanzien van een bindingsdocument komt niet alleen voort uit een behoefte om het door de waterschappen uitgesproken commitment ten aanzien van het landelijk organiseren van waterschapsverkiezingen formeel vast te leggen. Het is waarschijnlijk dat ook marktpartijen in het kader van bijvoorbeeld aanbestedingen behoefte hebben aan een document, waaruit blijkt dat de waterschappen gezamenlijk optrekken.

Centraal en decentraal (BJZ)

Het is belangrijk vroegtijdig duidelijkheid te hebben over welke werkzaamheden en/of activiteiten van het project Verkiezingen centraal (landelijk) worden voorbereid / georganiseerd en welke door ieder waterschap afzonderlijk (al dan niet in samenwerking met één of meer omliggende waterschappen) dienen te worden gedaan. Onderstaand overzicht geeft een eerste indeling op hoofdlijnen voor wat betreft bestuurlijk-juridische zaken. In de loop van volgend jaar zal dit verder worden uitgewerkt.

Centraal

Wat:	Korte toelichting:
Wijziging Waterschapswet	In het wetsvoorstel Wet modernisering waterschapsbestel zijn belangrijke uitgangspunten voor de verkiezingen in 2008 opgenomen: aanwijzen vertegenwoordigers specifieke categorieën, invoering lijstenstelsel, internetstemmen en landelijke verkiezingen (Kabinet/Ministerie).
AMvB-Waterschapsverkiezingen	Deze AMvB komt in plaats van de afzonderlijke Kiesreglementen. Hierin staan bepalingen over de registratie van belangengroeperingen, de kandidaatstelling, het stemmen en het vaststellen van de uitslag (Ministerie).
Aanbesteding	Diverse zaken zullen worden aanbesteed zoals: druk- en printwerk, converteren (samenvoegen juiste drukwerk in stempakket), responseverwerking en de voorlichtingscampagne. Het gaat hier om zowel het opstellen van het bestek als het begeleiden van de aanbestedingsprocedure. Duidelijke link met Wg communicatie en Het Waterschapshuis (Wg aanbestedingen).
Aangaan contract postbezorging	Tot 50 gram heeft TPG Post in Nederland het monopolie voor postbezorging; wordt het stempakket zwaarder, dan zal het aanbesteed moeten worden (Wg aanbestedingen/BJZ).
Vervaardigen kiesbestand vanuit GBA	Ieder waterschap krijgt hieruit een proefbestand om mee te testen.
Verzending stempakketten (inclusief duplicaten)	Controle inhoud stempakket, afspraken tijdige verzending, behandelen aanvragen duplicaten etc. (Wg communicatie/ICT/BJZ)
Responseverwerking	De uitgebrachte stemmen (zowel schriftelijk als via internet) worden centraal verwerkt en geteld (Wg communicatie/ICT/BJZ).
Uitvoeren stemcontrole	Centraal gecoördineerd.
Vernietigen stembiljetten	Dit gebeurt ook centraal. (Wg ICT/BJZ).
Inrichten call center	Er komt een centraal call center voor kiezers en kandidaten (Wg communicatie/BJZ).
Inrichten help desk	Voor vragen van de medewerkers van de waterschappen zelf, komt er een centrale help desk (communicatie/BJZ).
Opstellen planning	Hierin staan de belangrijkste data genoemd zoals: registratie belangengroepering, dag van kandidaatstelling, stemperiode en bekendmaken van de uitslag (Wg BJZ)
Opstellen draaiboek	Hierin worden chronologisch alle formele stappen/acties/beslismomenten genoemd (Wg BJZ).
Opstellen modellen	Zoals: model-procesverbaal, model-kandidaatstellingsformulier, model-stembiljet en model-Protocol stemming en stemopneming (Wg communicatie/BJZ)



Advertenties / verplichte publicaties*	
Opstellen vragen- en antwoordenlijst	Dit is een overzicht van vragen (en antwoorden) over de nieuwe aspecten van de verkiezingen in 2008, denk alleen al aan het lijststelsel (registratie, waarborgsom, belangengroepering, lijstencombinatie etc) (Wg BJZ).

Decentraal

Wat:	Korte toelichting:
Wijziging Reglement van het waterschap	De huidige Reglementen dienen te worden aangepast: bepalen aantal zetels specifieke categorieën, wel/niet kiesdistricten etc. De provincie(s) nemen hiertoe het initiatief.
Vaststellen formulieren	Ieder waterschap dient de formulieren voor zijn eigen organisatie vast te stellen, aan de hand van centraal gemaakte modellen.
Benoemen stembureau	Ieder waterschap dient leden van het stembureau te benoemen.
Organisatie zitting(en) stembureau	Ieder waterschap organiseert en houdt zelf zittingen van het stembureau en neemt besluiten.
Advertenties / verplichte publicaties*	
Verzorging terinzagelegging diverse documenten/bestanden	Zoals het Protocol stemming en stemopneming, de processen-verbaal, de kandidatenlijsten etc.
Controle kiesbestand	Evt. rekeninghoudend met een indeling in kiesdistricten, begrenzing etc.
Organisatie registratie belangengroepering	Het gaat om de zitting van het stembureau, het controleren van bescheiden, evt. bieden gelegenheid herstel vormverzuim, het verzenden van beslissing stembureau omtrent het verzoek van registratie etc.
Organisatie kandidaatstelling	Idem: zitting stembureau, controle opgave tot kandidaatstelling, verzending beslissing stembureau omtrent de geldigheid van de opgave etc.
Organisatie bekendmaking uitslag	Idem: zitting stembureau, organiseren verkiezingscafé, verzenden brief wel/niet verkozen etc.
Voeren evt. procedures	Er kan door belanghebbenden tegen een aantal beslissingen van het stembureau beroep worden ingesteld bij de Raad van State.
Aanwijzen vertegenwoordigers specifieke categorieën	De vertegenwoordigers van de specifieke categorieën worden benoemd door hun achterban (koepelorganisaties). Deze benoeming (procedure, tijdstip etc.) zal vanuit het waterschap moeten worden ondersteund.
Organisatie toelating en installatie nieuw algemeen bestuur	Het gaat om het aanvaarden van de benoeming, onderzoek geloofsbrieven, de toelating (afleggen eed of belofte) etc.

* Er zijn verplichte publicaties (bijvoorbeeld dag van registratie, van kandidaatstelling) en landelijke/regionale advertenties over de verkiezingen (bijvoorbeeld oproep om te gaan stemmen). Vragen als 'wordt er gezamenlijk ruimte in de bladen ingekocht' en 'wie plaatst welke advertentie' worden uitgewerkt in het Communicatieplan.

Centraal en decentraal (COM)

De Werkgroep communicatie van de Waterschapsverkiezingen 2008 geeft in dit stuk eerst aan welke communicatiezaken bij voorkeur centraal/landelijk op te pakken vanwege de voordelen die dat biedt. Daarna volgt een overzicht met die zaken, waarvan de werkgroep vindt dat deze beter door de individuele waterschappen geregeld kunnen worden. Gesprekken met communicatieadviseurs van de waterschappen hebben als input gediend voor de gemaakte onderverdeling.

Centraal

De Werkgroep communicatie ontwikkelt en coördineert een landelijke campagne rondom de Waterschapsverkiezingen 2008. Daarbij worden de onderstaande communicatiemiddelen en communicatiegerelateerde zaken centraal door de werkgroep georganiseerd en/of ontwikkeld.

Landelijk	Uitleg
Logo/huisstijl (ontwerp)	Het logo vormt het centrale beeldmerk in de campagne, zowel landelijk als in de regionale uitwerking door individuele waterschappen in hun beheergebied. Het logo is inmiddels ontwikkeld.
Verplichte bekendmakingen (tekst)	Alle waterschappen zijn gehouden aan dezelfde wetgeving en zullen dezelfde verplichte bekendmakingen moeten plaatsen. Het gaat om vijf bekendmakingen. Deze teksten worden centraal opgesteld, waarna waterschapsspecifieke informatie wordt ingevoegd (bijvoorbeeld adresgegevens). Bij eerdere samenwerkingsverbanden rondom de verkiezingen is deze werkwijze goed bevallen. De Werkgroep bestuurlijke en juridische zaken (BJZ) stelt de teksten van de bekendmakingen op. De Werkgroep communicatie zorgt voor verwerking van de teksten in aansprekende advertenties.
Radio-, televisiespots; advertenties (de verplichte bekendmakingen).	De Werkgroep communicatie zorgt voor een collectieve landelijke mediamix voor radio, televisie en gedrukte media (huis-aan-huisbladen). De werkgroep zal hiervoor de benodigde spots laten ontwikkelen en de bekendmakingen laten produceren (zie vorige punt), alsmede via een mediabureau de benodigde zendtijd en advertentieruimte reserveren. Centrale inkoop van tijd en ruimte maakt grote kortingen mogelijk. De meest voordelige combinatie is nog niet bekend. NB: De landelijke tv-campagne loopt wellicht via Postbus 51. Dat is afhankelijk van vereiste, nog plaats te vinden toetsing.
Stemwijzer; Kieskompas	Het format voor de Stemwijzer of het Kieskompas (keuze voor stemhulpmiddel moet nog worden bepaald) wordt centraal opgesteld, zodat een goed raamwerk ontstaat waarbinnen de individuele Stemwijzers/Kieskompassen van de waterschappen hun plaats kunnen krijgen.
Website	Er zal een webportal worden gemaakt die bereikbaar is via waterschapsverkiezingen.nl (nog af te stemmen met Waterschap Roer en Overmaas, eigenaar van deze domeinnaam). Via deze portal kunnen bezoekers ook doorklikken naar het internet-stemmen.



Toolkit	De werkgroep ontwikkelt een toolkit voor de waterschappen. In de toolkit bevinden zich allerlei zaken, die de waterschappen kunnen gebruiken om binnen hun eigen waterschapsgebied met een regionale campagne op de landelijke campagne voort te borduren. De toolkit bestaat uit een aantal onderdelen: een cd met het logo, tekstvoorstellen voor persberichten, digitale ontwerpen voor posters, spandoeken, banners, informatie over de planning van het verkiezingstraject, uitzend- & plaatsingschema's, etc.
Informatienummer	Regelen van landelijk informatienummer dat op/in alle uitingen vermeld staat/wordt.
Callcenter	Callcenter inhuren (te bereiken via het centrale informatienummer) is een centrale actie. Hierbij moet worden opgemerkt dat taal/dialecten een aandachtspunt zijn en wellicht ook reden om in sommige gevallen af te wijken van deelname aan het centrale callcenter. Dit moet worden uitgezocht.
FAQ-lijst	Alle waterschappen krijgen grotendeels met dezelfde vragen van kandidaten, kiezers, pers etc. te maken. De FAQ-lijst wordt daarom centraal opgesteld.
Fotomap	De uitstraling van de campagne gaat verder dan het gezamenlijke logo. Gestreefd wordt naar een campagne die qua uitstraling voortbordurt op de campagne Nederland leeft met water. In dezelfde sfeer zal een gevarieerde verzameling foto's worden samengesteld waar in de landelijke campagne gebruik van wordt gemaakt, maar waaruit ook de individuele waterschappen kunnen putten (zonder bijkomende kosten). Goed fotomateriaal laten ontwikkelen is kostbaar en zoveel mogelijk eenheid in type fotogebruik vergroot herkenbaarheid/beeld campagne. Er zal voor worden gezorgd dat de beschikbare fotoserie representatief is voor Nederland, zodat alle regio's passende beelden aantreffen.
Perscommunicatie	Landelijk alleen over de onderwerpen: 'landelijke verkiezingen' en 'internetstemmen'.

Decentraal

Van onderstaande communicatiemiddelen en communicatiegerelateerde zaken stelt de Werkgroep communicatie (advies) voor om deze per waterschap te organiseren en/of te ontwikkelen.

Regionaal	Uitleg
Kandidatenboekje (verkiezingskrant)	Indien gewenst maken waterschappen zelf een kandidatenkrant waarin de lijsten en kandidaten zich presenteren. Om juridische redenen kan een dergelijke krant of boekje niet in het stempakket worden opgenomen.
Brochures	Het vervaardigen van overige brochures/foldermateriaal over de verkiezingen is een keuze voor elk waterschap zelf.
Perscommunicatie	Ieder waterschap is verantwoordelijk voor zijn eigen perscommunicatie, ook als het gaat om landelijke media. Centraal worden alleen de onderwerpen: 'landelijke verkiezingen' en 'internetstemmen' opgepakt.



Communicatie met belangengroepen en intermediairs	Waterschappen informeren die belangengroepen die ze voor hun regio van belang achten (over de verkiezingen, kandidaatstelling en het nieuwe lijstensysteem).
Aanplakborden voor lijsten	Sommige gemeenten stellen tijdens verkiezingsperiodes aanplakborden beschikbaar, waarop politieke partijen posters kunnen plakken. Waterschappen zullen zelf actie moeten ondernemen om gemeenten te bewegen om net zoals bij politieke verkiezingen (tijdelijk) aanplakborden beschikbaar te stellen voor de lijsten.
Radio- en televisiespots	Waterschappen kunnen de landelijke ontwikkelde spots ook aanvullend via de regionale/lokale zenders inzetten als daar behoefte aan is. Ze kunnen ook scripts of elementen uit de spots gebruiken om er vervolgens een regionale draai aan te geven. De benodigde zendtijd kopen ze waarschijnlijk zelf in. Hierover is op dit moment nog geen 100% zekerheid omdat het onderzoek naar de meest gunstige, centraal te regelen mediaplanning, nog loopt.
Advertenties (regionaal)	Advertentieruimte voor de verplichte bekendmakingen wordt gezamenlijk ingekocht. Aanvullende advertenties plaatsen om de verkiezingen verder onder de aandacht te brengen, is een afweging die elk waterschap zelf maakt. Ruimte daarvoor zal het waterschap zelf moeten inkopen (via hun eigen mediabureau).
Stemwijzer/Kieskompas	De organisatie achter de Stemwijzer dan wel het Kieskompas stelt samen met elk individueel waterschap onderscheidende stellingen voor de stemwijzer op. Dit moet per waterschap gebeuren omdat ieder waterschap zijn eigen lijsten zal kennen.
Overige middelen	Waterschappen bepalen zelf welke middelen ze verder willen ontwikkelen. De mogelijkheden zijn legio: bestickeren voertuigen, busreclame, promotieteam, logo op briefpapier laten meeliften, artikelen in relatie-magazines, verkiezingsavonden, gadgets/give aways etc. De Werkgroep communicatie stelt het op prijs, wanneer zij hierover wordt geïnformeerd.

Bijlage

Kostenverdeelsleutel projectkosten landelijke waterschapsverkiezingen

De projectbegroting van de landelijke waterschapsverkiezingen bedraagt 16 miljoen euro. Deze projectkosten worden verdeeld over alle waterschappen. Daarvoor is een methode nodig. In de nieuwe verkiezingssystematiek worden alleen nog verkiezingen georganiseerd voor de categorie ingezetenen. Alle stemgerechtigden ontvangen één stembiljet; alleen voor het waterschapsgebied waarin zij (volgens het GBA) ingezetenen zijn. Aangezien het aantal ingezetenen per waterschap zeer uiteenloopt, ligt het niet voor de hand om ieder waterschap evenveel te laten bijdragen in de totale projectkosten. Immers, de grootste kostenpost vinden we in de uitbesteding van print en mail en de responsverwerking, hetgeen afhankelijk is van het aantal te verzenden stembiljetten. Daarnaast is er ook iets te zeggen de totale projectkosten op te delen in een vast deel en een variabel deel. Immers, bij de ontwikkeling van het internetstemmen en onderdelen van de gezamenlijke communicatiestrategie hebben alle waterschappen een gelijk belang, onafhankelijk van het aantal stemgerechtigden.

Het aantal stemgerechtigden in Nederland bedraagt ongeveer 12,2 miljoen (bron CBS). De afgelopen week is getracht om de verdeling over de 26 waterschappen in beeld te krijgen. Dat is gelukt op twee waterschappen na; zij zijn zolang buiten de berekeningen gehouden en komen er direct in wanneer hun aantallen bekend zijn.

In onderstaande tabel is per waterschap het aantal stemgerechtigde ingezetenen bij de laatst gehouden verkiezingen weergegeven (volgens de eigen opgave). Vervolgens is per waterschap aangegeven wat de projectkosten voor de landelijke verkiezingen in 2008 bedragen. Er is een kostenindicatie bij volledig variabele kosten en bij 20% vaste kosten.

Aantallen stemgerechtigde ingezetenen bij de laatst gehouden verkiezingen			Indicatie kosten volledig variabel	Indicatie kosten 80% variabel en 20% vast
Naam organisatie	Aantal	Procent		
Hunze en Aa's	328.111	2,51%	401.126	443.978
Noorderzijvest	268.612	2,05%	328.386	385.786
Fryslân	520.984	3,98%	636.919	632.612
Reest en Wieden	161.193	1,23%	197.063	280.728
Velt en Vecht	152.305	1,16%	186.198	272.035
Groot Salland	279.816	2,14%	342.084	396.744
Regge en Dinkel	461.898	3,53%	564.685	574.825
Zuiderzeeland	264.266	2,02%	323.073	381.536
Vallei & Eem	460.182	3,52%	562.587	573.146
Rijn en IJssel	480.458	3,67%	587.375	592.977
Vetuwe	332.014	2,54%	405.897	447.795
Rivierenland	563.527	4,31%	688.929	674.220
De Stichtse Rijnlanden	564.504	4,31%	690.124	675.176
Amstel, Gooi en Vecht	917.229	7,01%	1.121.341	1.020.150
Hollands Noorderkwartier	1.180.850	9,02%	1.443.626	1.277.977
Delfland	821.342	6,28%	1.004.116	926.370
Hollandse Delta	636.493	4,86%	778.132	745.583
Rijnland	1.040.527	7,95%	1.272.076	1.140.738
Schieland en de Krimpenerwaard	444.710	3,40%	543.672	558.014
Zeeuwse Eilanden	216.182	1,65%	264.289	334.508
Zeeuws-Vlaanderen	85.566	0,65%	104.607	206.763
Aa en Maas	535.535	4,09%	654.708	646.843



De Dommel	645.495	4,93%	789.138	754.387
Brabantse Delta	819.167	6,26%	1.001.457	924.242
Peel en Maasvallei	308.638	2,36%	377.319	424.933
Roer en Overmaas	598.000	4,57%	731.073	707.936
Totaal	13.087.604	100%	16.000.000	16.000.000

De in de tabel genoemde kosten zijn indicatief en gebaseerd op een projectbegroting van € 16 miljoen. Wat de precieze kosten van de verkiezingen worden, wordt in hoge mate bepaald door de uitbesteding van print en mail en responseverwerking. Verrekening van de kosten vindt achteraf plaats (eind 2008). Aan de waterschappen is in 2006 een voorschot gevraagd ten bedrage van € 25.000 om een start te kunnen maken met de ontwikkeling van het logo en de voorbereidingen van het internetstemmen. In 2007 en 2008 worden de waterschappen opnieuw verzocht een bedrag over te maken ten behoeve van het project. Voor 2007 ligt dit bedrag in de orde grootte van € 100.000, voor 2008 zo'n € 150.000. Deze bedragen zullen voornamelijk worden gebruikt voor een aantal communicatiedoelstellingen en de verdere ontwikkeling van het internetstemmen. Eind 2008 wordt de balans opgemaakt en vindt de eindafrekening plaats. Indicatief zullen de waterschappen de volgende bedragen betalen:

	2006	2007	2008	2008/2009
Kosten (€)	25.000	100.000	150.000	verrekening

Postbus voor vragen aan de rijksoverheid

Om voor een campagne gebruik te kunnen maken van de middelen van Postbus 51 (zendtijd van Postbus 51 op televisie en radio, de Infolijn, teletekst op pagina 297, Postbus 51 website) moet aan een aantal voorwaarden worden voldaan.

Deze voorwaarden en de afspraken die hieruit voortvloeien, zijn opgesteld door de afdeling Communicatiebeleid van de RVD in overleg met de commissie PublieksCommunicatie en Informatie (PCI), die bestaat uit de hoofden Communicatie van alle ministeries. De voorwaarden zijn opgesteld om te kunnen voldoen aan de afspraken met de Tweede Kamer, zoals die in 1991 zijn gemaakt in het kader van het terugdringen van de voorlichtingsuitgaven van de Rijksoverheid. Daarnaast hebben ze tot doel de communicatie van de Rijksoverheid af te stemmen en te coördineren en om de ministeries te kunnen informeren over de communicatieprojecten van andere ministeries.

Het doel is om de burger op een evenwichtige wijze over verschillende onderdelen van het regeringsbeleid te informeren en niet te overvoeren met informatie van de rijksoverheid.

Indeling in categorieën

Om aan te kunnen geven welke massamediale campagnes van of namens de rijksoverheid bij de RVD moeten worden aangemeld, is een indeling in drie categorieën gemaakt:

- A = campagnes die onder andere gebruik maken van Postbus 51-middelen;
- B = wervingscampagnes;
- C = overige.

Categorie **A** valt vanwege het gebruik van gemeenschappelijke middelen van Postbus 51 onder verantwoordelijkheid van de RVD; de minister-president legt verantwoording af over het gebruik van deze middelen aan de Tweede Kamer. Deze campagnes moeten dus worden aangemeld.

Categorie **B** valt meestal onder de verantwoordelijkheid van de personeelsafdeling van de ministeries en ontwikkeling en uitvoering van dit soort campagnes vindt vaak zonder overleg met de directie Voorlichting plaats. Postbus 51-middelen mogen van oudsher niet worden ingezet voor werving. Deze campagnes bij voorkeur aanmelden.

Categorie **C** betreft de massamediale campagnes van de rijksoverheid die geen gebruik maken van Postbus 51-middelen. Vaak worden deze campagnes uitgevoerd door ZBO's of op afstand gezette organisaties. De ministeries hebben soms weinig zicht op de wijze van ontwikkeling en uitvoering van deze campagnes. Wel worden dergelijke campagnes aangekondigd in de begroting of apart gemeld aan de Tweede Kamer. Deze campagnes moeten zoveel mogelijk worden aangemeld. Hierdoor ontstaat een vollediger beeld van de campagnes van de rijksoverheid en kan de communicatie beter op elkaar worden afgestemd.

Welke campagnes moeten waarom worden aangemeld?

Campagnes die in categorie A vallen moeten worden aangemeld vanwege:

- De verplichte aanmelding aan de Tweede Kamer;
- Het maximaal aantal campagnes dat in Postbus 51 kan worden gevoerd en de door de Tweede Kamer vastgestelde limiet (35);
- Coördinatie en afstemming (om overlap te voorkomen, samenwerking te bevorderen en een voor iedereen gunstige planning in elkaar te kunnen zetten);
- Het inzicht in gebruik van communicatiemiddelen;
- Verdeling van een schaars middel t.w. zendtijd op radio en televisie;

- Het opstellen van de planning voor Postbus 51 zendtijd;
- Inkoop aanvullende zendtijd voor de Postbus 51 campagnes bij de commerciële omroepen;
- Planning van het verplichte evaluatieonderzoek (tracking);
- Het kunnen beoordelen van de kwaliteit van campagnes;
- Informatieverstrekking aan het Commissariaat voor de Media (CvdM) (i.v.m. vergoedingen).

Aanmelding van campagnes in categorie B en C kan nuttig zijn om:

- De Tweede Kamer via de algemene melding te informeren (naast de melding in de begroting van het verantwoordelijke ministerie) over de inhoud van deze campagnes;
- De communicatie van de Rijksoverheid beter af te stemmen en te coördineren;
- De ministeries zoveel mogelijk te kunnen informeren over communicatieprojecten van andere ministeries.

A. Kerncriteria

De volgende vragen moeten bevestigend worden beantwoord:

- Is het onderwerp van de campagne onderdeel van kabinetsbeleid of regeerakkoord?
- Dient de campagne een algemeen maatschappelijk belang of is er een maatschappelijk risico als de campagne niet wordt gevoerd?
- Gaat de campagne over beleid dat – op het moment dat de campagne start – door het parlement is aanvaard?

Op de volgende vragen moet negatief worden geantwoord:

- Is werving een doel van de campagne?
- Is imagoverbetering van een institutie/organisatie (corporate communicatie) het primaire doel van de campagne?

Voldoet de campagne niet aan alle kerncriteria, dan wordt de aanvraag afgewezen. Als de campagne wel aan alle criteria voldoet, dan vindt bij B het vervolg van de toets plaats. Indien er onvoldoende informatie beschikbaar is om te kunnen beoordelen, wordt aan het betreffende ministerie meer informatie gevraagd.

B.

Om te kunnen beoordelen of het campagneonderwerp geschikt is voor Postbus 51, moeten de volgende drie vragen worden beantwoord:

- Is de informatie relevant voor de burger?
- Is het algemeen Nederlands publiek de doelgroep?
- Biedt de campagne een handelingsperspectief?
- Worden naast communicatie nog andere beleidsinstrumenten ingezet?

De vragen kunnen alleen met ja (+) of nee (-) worden geantwoord. Ieder lid van de toetsingscommissie beoordeelt voorafgaand aan de bijeenkomst de campagnes. De positieve scores worden vervolgens bij elkaar opgeteld. Ervan uitgaand dat er zes leden in de commissie zitten, zijn er in totaal 24 positieve waarderingen te halen.

Er kan als volgt worden gescoord:

- bij 18 t/m 24 positieve waarderingen is de campagne geschikt voor Postbus 51;
- bij 7 t/m 17 positieve waarderingen is de campagne discutabel. De toetsingscommissie komt dan tijdens het overleg tot een advies;
- bij 0 t/m 6 positieve waarderingen, wordt de campagne niet goedgekeurd.

Prioritering

Tot slot vindt prioritering plaats op basis van de volgende criteria:

- - Is het campagneonderwerp een prioriteit van het kabinetsbeleid en/of regeerakkoord?
- - Is er een evenwichtige 'weergave' van het regeringsbeleid (spreiding campagneonderwerpen)?

Wat gebeurt er na de toetsing?

Na de toetsing wordt voor de Tweede Kamer een brief namens de minister-president opgesteld met de lijst van voorgenomen campagnes voor het komende jaar. In de brief wordt per campagne een korte toelichting gegeven. Als de brief is goedgekeurd door de PCI, in de vergadering van augustus 2007, wordt deze brief aan de voorzitter van de Tweede Kamer gestuurd.

De definitieve planning voor het gebruik van de middelen wordt in oktober 2007 vastgesteld. Campagnes waarvan het middelengebruik in oktober niet is aangemeld worden niet ingepland en komen op de reservelijst wat betreft indeling van de zendtijd.

Evaluatie

Met de Tweede Kamer is afgesproken dat de minister-president jaarlijks rapporteert over de effecten van de campagnes. Vooraf, tijdens, en na de afronding wordt een campagne onderzocht door middel van campagne-effectonderzoek. Van deze onderzoeken worden rapportages opgesteld en na afronding wordt voor iedere campagne een evaluatieverslag opgesteld. Jaarlijks wordt een zogenaamde 'jaarevaluatie' samengesteld van al deze verslagen en door de minister-president aangeboden aan de voorzitter van de Tweede Kamer.

Advies

De waterschappen kunnen voor de verkiezingen gebruik maken van de mogelijkheden van Postbus 51. Wij willen gebruik maken van deze mogelijkheid, enerzijds omdat op deze manier reclame gemaakt kan worden buiten de normale reclameblokken om en anderzijds omdat de kosten per GRP aanzienlijk lager liggen dan die voor de regulier reclameblokken. De GRP kosten voor de reguliere reclameblokken is minimaal 50% duurder.

Er zijn natuurlijk wel nadelen aan het inzetten van Postbus 51. De waterschappen hebben nauwelijks of geen invloed op de tijdstippen en het Umfeld waarin de Postbus 51 spots worden uitgezonden. Daarnaast is een uitzendperiode van 6 weken TV en 4 weken radio gezien de looptijd van de campagne aan de korte kant. We stellen voor de Postbus 51 spots uit te zenden in de periode direct voorafgaand aan de verkiezingen.

Een Postbus 51 roulement bestaat uit RTV-zendtijd op de publieke en commerciële omroepen en heeft een looptijd van 6 weken. Gezien het totale budget moeten we gebruik maken van het basis roulement.

Aantal GRP's TV: 300

Aantal GRP's Radio: 640

Wij staan erg positief tegenover het gebruik van de middelen van Postbus 51. De kosten, ongeveer 1,2 miljoen euro, zijn het waard om de waterschappen op deze manier op de kaart te zetten. De waterschappen die we gevraagd hebben om hun mening staan positief tegenover deze insteek.

GRP: het totaal aantal contacten in een mediaplan. Dit kan worden uitgedrukt in procentpunten van de doelgroep en kan meer dan 100 bedragen. In tegenstelling tot nettobereik worden personen die meerdere malen zijn bereikt ook meerdere keren geteld. Brutobereik kan zowel in absolute termen worden uitgedrukt als in procenten en kan worden berekend voor een reeks programma's, tijdvakken en/of commercials

