



Hoogheemraadschap van
Rijnland

PROJECT
WATERSCHAPSVERKIEZING 2008

Plan van aanpak

INHOUDSOPGAVE

| | |
|---|----|
| INHOUDSOPGAVE..... | 2 |
| 1. Inleiding | 3 |
| 1.1 Algemeen | 3 |
| 1.2 Doel Plan van aanpak..... | 3 |
| 1.3 Opdrachtgever en projectleider..... | 3 |
| 1.4 Goedkeuringsprocedure Plan van aanpak..... | 3 |
| 2. Doelstellingen | 4 |
| 2.1 Doelen van het project | 4 |
| 2.2 Uitgangspunten en randvoorwaarden..... | 4 |
| 2.3 Methoden, technieken en hulpmiddelen | 4 |
| 2.4 Referentiemateriaal | 4 |
| 3. Projectuitvoering | 5 |
| 3.1 Organisatie waterschapswet en waterschapsbesluit..... | 5 |
| 3.2 Projectorganisatie waterschapsverkiezingen 2008: Rijnland en landelijk..... | 5 |
| 3.3 Verantwoordelijkheden, taken en bevoegdheden..... | 6 |
| 3.4 Voortgangsrapportage | 7 |
| 3.5 Centraal-decentraal | 7 |
| 3.6 Activiteiten | 7 |
| 3.7 Capaciteitsschatting | 9 |
| 3.8 Kosten | 9 |
| 3.9 Kredietvoorstel..... | 10 |
| 3.10 Risico's | 10 |
| 4. Procedures | 11 |
| 4.1 Terugkoppelingsprocedure..... | 11 |
| 4.2 Wijzigingsprocedure | 11 |
| 4.3 Aanbesteden | 11 |
| 4.4 Overlegstructuur..... | 11 |
| 4.5 Overdrachtsprocedure | 11 |
| 4.6 Kwaliteitscontrole | 11 |
| 4.7 Communicatie | 12 |
| 4.8 Woordvoering/perscontacten | 12 |
| Bijlage 1 Overzicht centraal-decentraal..... | 13 |
| Bijlage 2 Communicatieplan | 17 |

1. Inleiding

1.1 Algemeen

De landelijke Waterschapsverkiezingen van 2008 zullen plaatsvinden in het vierde kwartaal van 2008. De verkiezingen nieuwe stijl bestaat formeel uit 26 gelijktijdige waterschapsverkiezingen.

De waterschappen hebben in oktober 2005 in de Ledenvergadering van de Unie van Waterschappen besloten tot realisatie van het project Landelijke Waterschapsverkiezingen 2008. Deze samenwerking en uitvoering van de verkiezingen is in 2007 bekrachtigd door de waterschappen door middel van een bindingsdocument.

Net zoals bij de vorige verkiezingen (2004-2005) wordt – maar nu aan alle kiesgerechtigden bij alle waterschappen - naast het stemmen per post ook de mogelijkheid geboden tot stemmen via internet. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van Rijnlands octrooi voor internetstemmen. Hiertoe worden door Het Waterschapshuis, dat de waterschappen ook op dit punt zal ondersteunen, de nodige voorzieningen opgezet.

Voor de verkiezingen 2008 zal een projectgroep van Rijnland zorgen voor de voorbereiding en organisatie van de "lokale" waterschapsverkiezing.

1.2 Doel Plan van aanpak

Het doel van dit plan van aanpak is de activiteiten te beschrijven, te benoemen en te plannen die benodigd zijn om te komen tot het gewenste eindresultaat, een rechtsgeldige verkiezing.

1.3 Opdrachtgever en projectleider

De opdrachtgever voor het project Waterschapsverkiezing 2008 is de adjunct-secretaris van Rijnland, de heer W. Nomen. De projectleider van het project Waterschapsverkiezing 2008 is mr. drs. A.R. van Kampen, senior-juridisch adviseur bij de afdeling Advies.

1.4 Goedkeuringsprocedure Plan van aanpak

Dit plan van aanpak dient door de opdrachtgever te worden goedgekeurd. Daarna zullen zowel het college van dijkgraaf en hoogheemraden – dat bijv. zal moeten instemmen met de rol van de stuurgroep - en de verenigde vergadering worden geïnformeerd.

2. Doelstellingen

2.1 Doelen van het project

Het doel van het project is het houden van een rechtsgeldige verkiezing van de leden van het algemeen bestuur (de Verenigde Vergadering) van Rijnland in het najaar van 2008. Een opkomstpercentage van 25% wordt nagestreefd.

2.2 Uitgangspunten en randvoorwaarden

- Wet- en regelgeving rondom waterschapsverkiezingen: de gewijzigde waterschapswet en het waterschapsbesluit (het waterschapsbesluit zal naar verwachting op 1 januari 2008 in werking treden).
- Handhaven van de twee stemvoorzieningen voor kiezers: gebruik van post- en internetstemmen
- Samenwerking met alle waterschappen:
 - Gelijktijdige verkiezingen.
 - Beschikbaar zijn van ondersteunende diensten van de landelijke projectgroep Verkiezingen 2008 (de centraal geleverde diensten)
 - Efficiënter gebruik van beschikbare voorzieningen voor waterschapsverkiezingen door deel te nemen aan en gebruik te maken van (bestaande) landelijke voorzieningen. Ondersteunende ICT voorzieningen voor het verwerken van kandidaten, kiezer en stemmen.
 - Mogelijke samenwerking met andere waterschappen in West-Nederland: bijv. op het gebied van radio- en tv-communicatie.

2.3 Methodes, technieken en hulpmiddelen

De landelijke projectgroep waterschapsverkiezingen 2008 zal zorgdragen voor het in hoge mate automatiseren van de stemapplicatie voor internetstemmen. Input vanuit de waterschappen vindt plaats door participatie in de drie werkgroepen, door feedback tijdens workshops en ad hoc vragen en opmerkingen aan het projectgroep.

Daarnaast zullen er vanuit het landelijk project voorzieningen beschikbaar komen om de registratie van belangengroeperingen te ondersteunen en het kiesregister op te bouwen en te controleren. Verder zullen er draaiboeken en procedures beschikbaar zijn voor de uitvoering van de verkiezingen door de waterschappen.

Tenslotte zal de landelijke projectgroep ook zorgdragen voor de landelijke communicatie over de waterschapsverkiezingen.

2.4 Referentiemateriaal

- Waterschapswet en waterschapsbesluit
- Ervaringen met eerdere verkiezingen (poststemmen, post en internet stemmen 2004, Tweede kamerverkiezing voor Nederlanders in het buitenland 2006).
- Documenten waterschapsverkiezing 2004, voorbeeld documentatie projectgroep verkiezingen 2008.
- Reglement Rijnland.

3. Projectuitvoering

3.1 Organisatie op grond van Waterschapswet en Waterschapsbesluit

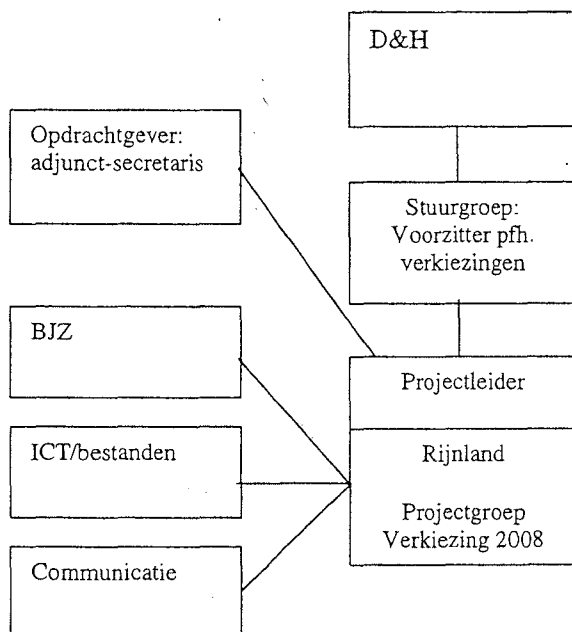
Stembureau

| | |
|------------------------------|----------------------|
| voorzitter: | G.J. Doornbos |
| plv. voorzitter: | P. Groen |
| lid: | A. Haitjema |
| lid: | VV-lid - ingezetenen |
| lid: | VV-lid - gebouwd |
| plv. lid, tevens secretaris: | A.R. van Kampen |
| plv. lid: | VV-lid - ingezetenen |
| plv. lid: | VV-lid - ongebouwd |

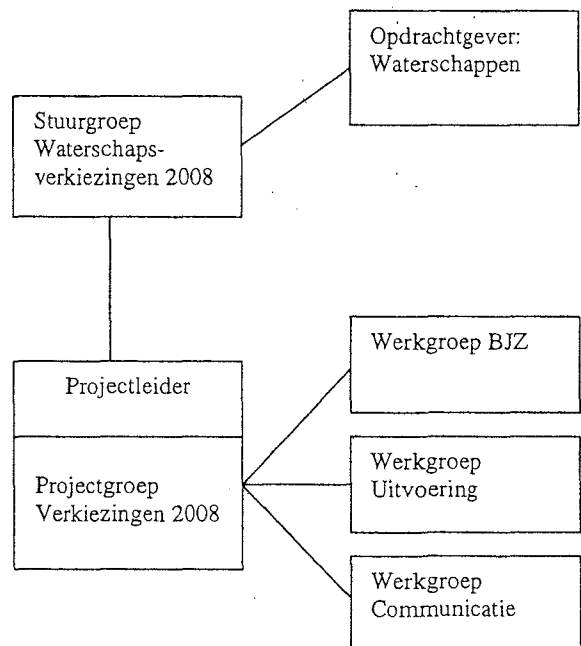
3.2 Projectorganisatie waterschapsverkiezingen 2008

3.2.1 Rijnland en landelijk

Waterschap projectorganisatie



Landelijke projectorganisatie



De heer Haitjema is lid van de stuurgroep waterschapsverkiezingen 2008. Vanuit de drie landelijke werkgroepen vindt regelmatig terugkoppeling en afstemming plaats met de lokale verkiezingsorganisatie.

3.2.2 Stuurgroep

| | |
|------------------|---|
| Voorzitter: | G.J. Doornbos (dijkgraaf) |
| plv. voorzitter: | P. Groen (plv. dijkgraaf) |
| lid: | A. Haitjema (secretaris-algemeen directeur/opdrachtgever) |
| lid: | W. Nomen (adjunct-secretaris) |
| lid: | A.R. van Kampen (projectleider). |

3.2.3 Opdrachtgever

W. Nomen (adjunct-secretaris).

3.2.4 Projectgroep

| | |
|--------------------------|--|
| Projectleider: | A.R. van Kampen, afdeling advies |
| projectsecretaris: | C.L. Persoon, afdeling service, team servicepunt en organisatieondersteuning |
| projectlid communicatie: | C.E. Weber, afdeling advies |
| projectlid communicatie: | xxx, afdeling service, team communicatie en erfgoed |
| projectlid bestanden: | D. de Haas, afdeling service, team automatisering |
| projectlid bestanden: | P.M. Huisman, afdeling belastingen |

Er zal worden voorzien in een "achtervang" voor het geval een lid van de projectgroep (tijdelijk) uitvalt.

3.3 Verantwoordelijkheden, taken en bevoegdheden

3.3.1 Stembureau

Het stembureau bestaat uit vijf leden, van wie één voorzitter (de dijkgraaf) en één plaatsvervangend voorzitter (de plv. dijkgraaf) is. Daarnaast zijn ook de secretaris-algemeen directeur en twee leden van de Verenigde Vergadering lid van het stembureau.

Twee plaatsvervangende leden worden – net zoals twee van de leden – gerekruteerd uit de leden van de Verenigde Vergadering; bij voorkeur uit leden, die zich bij de komende verkiezingen niet kandidaat zullen stellen. Tenslotte wordt de projectleider ook benoemd tot plaatsvervangend lid en vervult hij de functie van secretaris van het stembureau.

3.3.2 Stuurgroep verkiezingen

De stuurgroep beslist over een aantal zaken, de verkiezingen betreffende, zoals het uiteindelijke draaiboek verkiezingen en het communicatieplan. Het is verder een platform voor overleg en afstemming met de projectleider. Voor de figuur van een stuurgroep is gekozen, omdat D&H-leden als mogelijke kandidaten direct belanghebbende bij de verkiezingen kunnen zijn en het beter is hier enige afstand te scheppen.

3.3.3 Opdrachtgever

De opdrachtgever – de adjunct-secretaris directeur - is ambtelijk eindverantwoordelijk voor de voorbereiding en uitvoering van het project. De opdrachtgever bewaakt de voortgang van het project en is aanspreekpunt voor de projectleider ten behoeve van de dagelijkse gang van zaken.

3.3.4 Projectleider

De projectleider is eerst verantwoordelijke voor de uitvoering van het project en stuurt uit dien hoofde de andere leden van de projectgroep aan. Hij is tevens budgethouder voor het project.

Op basis van voorziene werkzaamheden is het projectgroep onderverdeeld in 3 vakgebieden:

Bestuurlijk en juridische zaken, Communicatie en ICT/bestanden. De projectleden vervullen elk een rol binnen het project op een van deze drie vakgebieden.

3.3.5 Projectsecretaris

De projectsecretaris is het dagelijks aanspreekpunt van de projectorganisatie. Betrokkene coördineert de in- en externe communicatie van het project en is verantwoordelijk voor de organisatie – inclusief secretariële en administratieve ondersteuning - en de verslaglegging van bijeenkomsten van het stembureau, de stuurgroep en de projectgroep.

3.4 Voortgangsrapportage

De projectleider stelt eens per vier weken een rapportage op waarin melding wordt gemaakt van onder meer de voortgang van (on)geplande werkzaamheden, eventuele knelpunten en te nemen beslissingen. Ook worden voorgenomen wijzigingen op het plan van aanpak etc. in de rapportage opgenomen.

3.5 Centraal-decentraal

Het belangrijkste verschil met de voorgaande verkiezingen is, zoals hiervoor al aangeven, gelegen in het feit dat de Nederlandse waterschappen hebben besloten de verkiezingen te coördineren. Daartoe is een landelijke projectgroep opgericht, die de individuele waterschappen veel werk uit handen neemt.

Moesten de waterschappen bij voorgaande verkiezingen zelf hun kiezersregisters opstellen; nu levert de landelijke projectorganisatie alle benodigde gegevens. Vanzelfsprekend wordt in de eerste helft van 2008 uitgebreid getest of de selectie, de landelijk gemaakt wordt uit de door de gemeenten te verstrekken GBA-gegevens van kiesgerechtigden klopt, opdat de definitieve registers correct zijn.

Hadden de waterschappen in het verleden te maken met de vormgeving, productie en verspreiding van stempakketten en bijv. de openbare aanbestedingen daarvoor; in 2008 wordt een en andere geheel landelijk geregeld. De individuele waterschappen leveren – via een geautomatiseerd systeem – enkel nog de noodzakelijke gegevens (zoals lijsten, kandidaten, kiesgerechtigden) aan; de landelijke organisatie zorgt ervoor dat alle kiezers in Nederland de juiste stembiljetten in de bus krijgen.

Bij eerdere verkiezingen waren de waterschappen genoodzaakt talloze modellen voor formulieren en processen-verbaal vast te stellen. Nu zorgt de landelijke projectgroep voor alle modellen: zowel die op grond van het waterschapsbesluit verplicht worden gesteld als die waarvoor de waterschappen zelf nog vrijheid hebben.

Landelijk wordt een groot aantal communicatie-activiteiten verricht om de waterschapsverkiezingen bekendheid te geven. De waterschappen zelf kunnen zich beperken tot die activiteiten, die specifiek op het eigen gebied zijn gericht.

In de bijlage bij dit plan van aanpak staat – naar de stand van 1 juli 2007 – aangegeven welke activiteiten centraal en welke activiteiten decentraal zullen (moeten) worden verricht.

Op bestuurlijk-juridisch gebied betreft dit met name de feitelijke registratie van belangengroeperingen, de kandidaatstelling en de vaststelling van de verkiezingsuitslag: zaken waar het stembureau over beslist. Daarnaast dienen de verplichte publicaties te worden verzorgd.

Op het gebied van communicatie hangen de activiteiten sterk af van de keuze, die Rijnland maakt ten aanzien van de mate waarin naast de landelijke communicatie, nog lokaal communicatiemiddelen zullen worden ingezet. Gedacht kan worden aan aanvullende publicaties in regionale en huis-aan-huis media, commercials op regionale radio en televisie en het verspreiden van een verkiezingskrant. Deze laatst zal overigens ook centraal worden gedrukt en verspreid: vanuit Rijnland zal alleen voor de bladvulling moeten worden gezorgd.

3.6 Activiteiten

In het kader van het project worden de navolgende mijlpalen/producten voorzien. De aangegeven data zijn indicatief op basis van de ten tijde van de opstelling van het plan van aanpak bekende data voor bijv. registratie belangengroeperingen, kandidaatstelling en stemming.

| Mijlpalen / producten | Goedkeuring | Planning |
|--|------------------------|-------------------------------------|
| Vaststellen Plan van Aanpak | opdrachtgever | 5 oktober 2007 |
| Bespreking Plan van Aanpak / presentatie verkiezingen 2008 | D&H informatieve VV | 6 november 2007 21 november 2007 |

| | | |
|--|----------------------------|---|
| Kredietvoorstel | D&H VV | 6 november 2007 12 december 2007 |
| Communicatieplan | Stuurgroep | Januari 2008 |
| Draaiboek | Stuurgroep | Januari 2008 |
| Benoemen leden stembureau | D&H | Januari 2008 |
| Mandaat voor ondertekening ontvangstbevestiging registratie en kandidaatstelling | Stembureau | Januari 2008 |
| Aanwijzen zittingplaats stembureau | Vz. Stembureau | Januari 2008 |
| Informatie(bijeenkomsten) belangengroeperingen | Projectgroep | Februari - april en juni - juli 2008 |
| Start registratie belangengroeperingen | | 1 januari 2008* |
| Eind registratie belangengroeperingen | | 4 augustus 2008 |
| Besluit stembureau registratie belangengroeperingen | Stembureau | Januari* – 8 augustus 2008 |
| Inzage kiezersregister | Projectgroep | September 2008 |
| Informatie(bijeenkomsten) kandidaatstelling | Projectgroep | Augustus - September 2008 |
| Vervroegd tijdvak kandidaatstelling | | 8 – 15 september 2008 |
| Kandidaatstelling | | 16 september 2008 |
| Toetsing kandidaatstelling | Stembureau | 18 september 2008 |
| Herstel van verzuimen kandidaatstelling | | 19 – 23 september 2008 |
| Beslissing kandidaatstelling | Stembureau | 24 september 2008 |
| levering bestanden (Landelijke) aan drukker | Landelijke projectgroep | Oktober 2008 |
| Verzending verkiezingskrant | Landelijke Projectgroep | November 2008 |
| Verzending stempakketten | Landelijke Projectgroep | 12 november 2008 |
| Stemperiode | | 13-25 november 2008 |
| Vaststelling voorlopige verkiezingsuitslag | Stembureau | 27 november 2008 |
| Vaststelling definitieve verkiezingsuitslag | Stembureau | 2 december 2008 |
| Informatie- en categoriebijeenkomsten** | Opdrachtgever | 2-31 december 2008 |

* Start registratie is afhankelijk van de datum van inwerkingtreding van het Waterschapsbesluit; waarschijnlijk wordt 1 januari 2008 niet gehaald

** Deze activiteit valt formeel buiten het project en wordt door de staf bestuursondersteuning verzorgd.

| | | |
|------------------------------------|------------------|----------------|
| Installatie nieuw algemeen bestuur | Algemeen bestuur | 8 januari 2009 |
| Evaluatie verkiezing en experiment | Algemeen bestuur | April 2009 |

3.7 Capaciteitsschatting

| 2007 | Vorming projectgroep en voorbereiding | | |
|---------------|---------------------------------------|----------------------|-------------|
| Naam | Functie | Afdeling/Organisatie | Uren |
| | Projectleider | Advies | 150 |
| | Projectsecretaris | Service; team S&O | 50 |
| | Projectlid/Trekker COM | Advies | 100 |
| | Projectlid/Trekker ICT/Bestanden | Belastingen | 25 |
| | Werkgroep lid ICT/Bestanden | ICT/IM/I&A | 25 |
| TOTAAL | | | 300 |
| 2008 | Voorbereiding & uitvoering | | |
| | Projectleider | Advies | 500 |
| | Projectsecretaris | Service; team S&O | 750 |
| | Projectlid/Trekker COM | Advies | 500 |
| | Projectlid COM | Service; team C&E | 750 |
| | Projectlid/Trekker ICT/Bestanden | Belastingen | 100 |
| | Werkgroep lid ICT/Bestanden | ICT/IM/I&A | 100 |
| TOTAAL | | | 2700 |
| 2009 | Evaluatie | | |
| | Projectleider | Advies | 100 |
| | Projectsecretaris | Service; team S&O | 100 |
| TOTAAL | | | 200 |

3.8 Kosten

| Bedrag | Specificatie |
|--------------------|---|
| € 1.140.000 | Bijdrage landelijk project. - kiesregister, stempakket, landelijke campagne (postbus 51), internetstemmen, porti, responsverwerking, call center, stemapplicatie aanpassingen. |
| € 290.000 | Communicatie: Lokale reclame uitingen, bekendmakingen, advertenties die niet via de landelijke campagne worden gedekt |
| € 120.000 | Communicatie: verkiezingskrant |
| € 50.000 | Personeelskosten projectmedewerker COM |
| € 1.600.000 | TOTAAL |

3.9 Kredietvoorstel

Het totale krediet voor de verkiezing bedraagt € 1.600.000,-. In de begroting was reeds een bedrag van € 1.800.000,- als B-investering opgenomen. De kapitaallasten van het krediet worden met ingang van 2008 ten laste van de begroting van het Rijnland gebracht.

Ter vergelijking: in 2004 bedroeg het krediet voor de waterschapsverkiezingen (inclusief internetstemmen) € 2.575.000,-

3.10 Risico's

De volgende risico's worden onderkend:

- totstandkoming waterschapsbesluit
Het streven is erop gericht het waterschapsbesluit per 1-1-2008 in werking te doen treden; uiterste datum, om de verkiezingen nog goed te kunnen voorbereiden, is echter 1-4-2008, zodat enig uitstel geen probleem hoeft op te leveren.
- aanbestedingen
Een aantal zaken (druk-, print- en couverteerwerk stembescheiden en communicatie) wordt centraal aanbesteed en daarbij kunnen problemen ontstaan; gelet op de termijn tot de stemperiode, hoeft dan niet onoverkomenlijk te zijn
- fraude
Het waterschapsbesluit bevat voldoende waarborgen om fraude bij bijv. de kandidaatstelling te voorkomen.

4. Procedures

4.1 Terugkoppelingsprocedure

De tussen- en eindproducten, die ontstaan naar aanleiding van de activiteiten, worden door de projectleider teruggekoppeld aan de stuurgroep. Dit betreft ook achtergronden en afwegingen ten aanzien van gemaakte keuzes en/of dilemma's binnen de projectgroep.

4.2 Wijzigingsprocedure

Indien wijzigingen van de opdrachten, uitgangspunten of randvoorwaarden nodig worden geacht, dan zal dat eerst worden besproken in de projectgroep. Indien dit leidt tot een concreet wijzigingsvoorstel dan zal dit moeten worden goedgekeurd door de stuurgroep.

Indien over de inzet dan wel inhoudelijke inbreng een frictie optreedt tussen het project(belang) en (het belang van) een afdeling, dan leggen de projectleider en het afdelingshoofd het verschil van mening gezamenlijk voor aan de opdrachtgever.

4.3 Aanbesteden

De benodigde aanbestedingen voor opdrachten (druk-, -print en converteerwerk, opbouw kiesregister, kandidaten en belangengroeperingen, call center, landelijke campagne) lopen via aanbestedingen vanuit het landelijke project waterschapsverkiezingen 2008. Het Rijnland hoeft zelf geen aanbestedingstrajecten op te starten. Indien wordt gekozen voor het verspreiden van een eigen verkiezingskrant, wordt een en ander ook via een centrale aanbesteding verzorgd.

4.4 Overlegstructuur

| soort overleg | frequentie | Deelnemers | onderwerp |
|--|---|--|--|
| stuurgroep | 1x per twee maanden | leden stuurgroep | Voortgang, knelpunten, goedkeuring eindproducten |
| projectgroep | 2-3 wekelijks (of zo vaak als mogelijk) | leden projectgroep | de voorbereiding van het bovenstaande |
| opdrachtgever - projectleider | zo vaak als nodig | opdrachtgever projectleider | projectmanagement |
| ad hoc (bilateraal) | zo vaak als nodig | projectleider/project-secretaris, projectleden | communicatiemiddelen, automatisering, kiezersbestanden |
| overleg landelijke projectgroep waterschapsverkiezingen 2008 | zo vaak als nodig | projectleider/project-secretaris, projectleden | uitbesteding van het bovenstaande |

4.5 Overdrachtsprocedure

Na afloop van het project wordt het volledige projectdossier aan de afdeling DIV overgedragen.

4.6 Kwaliteitscontrole

Kwaliteitscontrole zal voornamelijk vanuit de landelijke projectgroep worden uitgevoerd. Rijnland zal wel zelf de centraal opgebouwde bestanden voor het kiesregister, de kandidatenlijst en de belangengroeperingen nog beoordelen en aanvullen.

De kwaliteitscontrole van de communicatiemiddelen die binnen Rijnland worden uitgewerkt zal door het projectgroep worden verzorgd.

4.7 Communicatie

Voor de communicatie wordt een apart Communicatieplan waterschapsverkiezing 2008 opgesteld. Dit zal in december 2007 worden vastgesteld.

4.8 Woordvoering/perscontacten

Zie Communicatieplan waterschapsverkiezing 2008.

BIJLAGE 1 OVERZICHT CENTRAAL-DECENTRAAL**A. BESTUURLIJK EN JURIDISCH****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 lijstenstelsel (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.

B. COMMUNICATIE**Centraal**

| Wat: | Korte toelichting: |
|-----------------------------------|---|
| 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 internetstemmen. |
| 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 voortborduurde 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 wordt voor gezorgd dat de beschikbare fotoserie representatief is, zodat alle regio's passende beelden aantreffen. |
| Perscommunicatie | Landelijk alleen over de onderwerpen: 'landelijke verkiezingen' en 'internetstemmen'. |

Decentraal

| 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 spotjes 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, promotieteams, logo op briefpapier laten meeliften, artikelen in relatiemagazines, verkiezingsavonden, gadgets/give aways etc. De Werkgroep communicatie stelt het op prijs, wanneer zij hierover wordt geïnformeerd. |

BIJLAGE 2 **COMMUNICATIEPLAN**

(voorstel stuurgroep 22 januari 2008)

Inhoudsopgave

1. Inleiding
 2. Doelstellingen
 3. Communicatieoverwegingen
 4. Fasering verkiezingstraject
 5. Doelgroepen
 6. Communicatiestrategie
 7. Communicatiemiddelen en planning
 8. Begroting
 9. Evaluatie
 10. Landelijk en interregionaal
-

1 **Inleiding**

Dit communicatieplan omvat de communicatiestrategie van het Hoogheemraadschap Rijnland ten behoeve van de verkiezingen in november 2008 en de inzet van communicatiemiddelen voor de doorvertaling van de landelijke communicatiecampagne naar het gebied van het hoogheemraadschap van Rijnland.

Het hoogheemraadschap van Rijnland zal voor de maximale herkenbaarheid van communicatiemiddelen zoveel mogelijk aansluiten bij de landelijke campagne. Daarbij laat Rijnland tegelijk haar eigen corporate communicatie uitingen (zoals bijvoorbeeld het jaarverslag) en de projectcommunicatie het hele jaar door zoveel mogelijk aansluiten bij de verkiezingen, en vice versa.

2. **Doelstellingen**

De centrale doelstelling van de Rijnlandse waterschapsverkiezingen is door middel van goed georganiseerde, geldige verkiezingen te komen tot een goed functionerend en democratisch gekozen bestuur.

De communicatiedoelstelling rond de verkiezingen is driedig:

- Werven van lijsten/kandidaten, die de functie van lid van de verenigde vergadering op kwalitatief hoog niveau kunnen invullen;
- Bereiken van een zo hoog mogelijke opkomst;
- Een afgeleide communicatiedoelstelling is om middels de verkiezingen bekendheid te genereren voor het werk van HH Rijnland in het algemeen (daarmee zijn de verkiezingen een middel geworden in de corporate communicatiestrategie.)

3 **Communicatieoverwegingen.**

Waar de landelijke campagne stemgerechtigden attendeert op de verkiezingen en hen informeert over het werk van de waterschappen en de manier van stemmen, kan de verkiezingscampagne van Rijnland zich richten op de gronden waarop keuzes gemaakt kunnen worden. Daarbij wordt bewust gekozen voor communicatie van buiten naar binnen. Dus niet vanuit de taken en werkzaamheden van Rijnland geredeneerd, maar vanuit actuele maatschappelijke ontwikkelingen.

Als kapstok wordt een viertal actuele ontwikkelingen gebruikt:

- Klimaatverandering
- Toenemende aandacht voor natuur en milieu
- Innovatieve ontwikkelingen
- Water als sturende factor in ruimtelijke ordening.

Het werven van belangengroeperingen en kandidaten is een regionale aangelegenheid (m.u.v. landelijk opererende belangenorganisaties en intermediairs). Het interesseren en informeren van potentiële kandidaten zien wij als zeer belangrijk onderdeel van de communicatie-inspanningen; met name waar gestreefd wordt naar een kwalitatief optimaal bestuur.

De laatste waterschapsverkiezingen van Rijnland kende een opkomstpercentage van gemiddeld 17%. Het Dataview communicatieonderzoek van december 2007 leert ons, dat de groep tot en met 24 jaar slecht op de hoogte is met de taken van het hoogheemraadschap; de groep 50+ is goed bekend met Rijnland en zijn taken. Dit is ook de doelgroep, die 'het meest' heeft gestemd bij de laatste waterschapsverkiezingen. Ook is bekend, dat hoger opgeleiden relatief vaker stemmen dan anderen.

Het is vanuit communicatief oogpunt sterk dat de waterschappen de waterschapsverkiezingen samen organiseren. Een landelijke communicatiecampagne heeft een groot bereik. Dit werd eerder gemist. De landelijke campagne gaat verder in de trant van de campagne Nederland

leeft met water. Deze campagne loopt al een aantal jaren en wordt herkend en positief gewaardeerd door het publiek. De eenheid in de campagne geeft ook betere kansen om meer samen te werken met onze buurwaterschappen. Rijnland zal waar mogelijk samenwerken met de buurwaterschappen voor de regionale doorvertaling van de TV- en radio spots en middelen die de gebieden 'overlappen'.

En dan nog iets over de toonzetting van de campagne; de vorm. Deze moet enerzijds onderscheidend zijn, uitdagend en prikkelend; en daarnaast gewoon duidelijk informatief waar nodig.

4 Fasering verkiezingstraject

Het traject rondom de verkiezingen is in verschillende fases onder te verdelen. Iedere fase kent specifieke communicatiemomenten

| Fasen | Communicatiemomenten |
|---|---|
| Startfase (januari – februari 2008) | Aankondiging waterschapsverkiezingen en presentatie campagne (landelijk) |
| | Presentatie verkiezingslogo in Rijnlandse middelen. |
| Registratiefase (maart – september 2008) | Aankondiging registratie en kandidaatsstelling |
| | Start registreren en kandideren |
| | Bekendmaken groeperingen en kandidaten |
| Stemfase (oktober – november 2008) | Aanloop verkiezingen |
| | Stemperiode |
| Resultaat verkiezingen (nov.08 – januari 09) | Bekendmaken uitslag Vorming dagelijks bestuur Installatie nieuw bestuur |
| Evaluatie (december 2008) | Evaluatie |

6 Doelgroepen

De doelgroepen per fase:

Startfase

- Stemgerechtigden
- Belangengroeperingen en andere potentiële kandidaten
- Pers
- Rijnlandse medewerkers en Rijnlands bestuur

Registratiefase

- Belangengroeperingen
- Pers
- Rijnlandse medewerkers en Rijnlands bestuur

Stemfase

- Stemgerechtigden
- Kandidaten
- Pers
- Rijnlandse medewerkers en Rijnlands bestuur

Resultaat verkiezingen

- Stemgerechtigden
- Kandidaten
- Belangengroeperingen
- Pers
- Rijnlandse medewerkers en Rijnlands bestuur

Evaluatie

- Stemgerechtigden
- Kandidaten (zowel gekozen als niet-gekozen kandidaten)
- Belangengroeperingen
- Rijnlandse medewerkers en Rijnlands bestuur

NB: Belangengroepen en intermediaire organisaties

Tot belangengroepen en intermediaire organisaties rekenen we de volgende georganiseerde verbanden: land- en tuinbouworganisaties, natuur- en milieuverenigingen, politieke partijen, alumni verenigingen universiteiten, overheden, mannen- en vrouwenverenigingen, woningbouwverenigingen, allochtone verenigingen, ondernemersverenigingen, hengelsportverenigingen, natuurrecreatieverenigingen, jachtverenigingen, watersportverenigingen, vakorganisaties, Rotary clubs, Kamer van Koophandel etc.

7 Communicatiestrategie

De communicatiestrategie bestaat uit vier onderdelen.

1. Doorzetten landelijke campagne in de Rijnlandse campagne

Rijnland maakt zoveel mogelijk gebruik van de landelijke campagne. Dit voor een maximaal effect om de stemgerechtigden te informeren over de waterschapsverkiezingen. En om de stemgerechtigden te motiveren daadwerkelijk van hun actief en passief stemrecht gebruik te maken. Deze campagne zal qua toonzetting en visuele uitstraling aansluiten op de campagne Nederland leeft met water. Deze campagne loopt al een aantal jaren en zal ook in 2007 doorgaan. Het doel is bewustwording van het publiek van de (toekomstige) waterproblematiek en de maatregelen die we nu al moeten treffen om straks de problemen af te wenden. Onderzoek heeft aangetoond dat het publiek de campagne Nederland leeft met water kent, herkent en deze positief waardeert.

Het logo dat voor de Waterschapsverkiezingen is ontwikkeld, vertoont enkele overeenkomsten met het logo van Nederland leeft met water. Dit verkiezingslogo is het terugkerende, herkenbare element in de landelijke campagne. Dit verkiezingslogo gebruiken we samen met onze eigen huisstijl/logo in de verkiezingsuitingen.

Zwaartepunten voor de Rijnlandse communicatie liggen vooral in de registratie-, stem-, en uitslagfase.

2. Aanhaken bij de Rijnlandse corporate communicatie(campagne)

Het verkiezingslogo gaan we ook gebruiken in de eigen corporate communicatiemiddelen (inc. de corporate campagne). Zo sluiten we goed aan op de landelijke campagne en ontstaat een wederzijds versterkend effect. Met de corporate communicatie zetten we zoveel mogelijk in op de doelgroep 25 – 50 jaar. Dit sluit grotendeels aan bij de strategie om vooral in te zetten op de doelgroep van 18 – 50 jaar en dan het segment laagopgeleid, omdat in deze doelgroep nog veel stempotentieel te behalen valt. De toon zal confronterend en op emotie gericht zijn, bijvoorbeeld:

Niets te kiezen voor water?

‘veiligheid: ik kies voor 3000 Katwijkers buiten de dijk’;

Laat je stem niet in het water vallen;

Niets te kiezen voor water?

‘droge voeten: ik kan niet op vakantie naar Turkije, want Schiphol staat onder water...’.

Niets te kiezen voor water?

Indiase van afkomst: ‘Veiligheid: Die overstroming in India wil ik niet hier meemaken, ik kies’

Niets te kiezen voor water?

‘Schoon water: ik kies voor zwemmen zonder jeuk’

3. *Aanhaken bij de Rijnlandse projectcommunicatie*

In de verkiezingscommunicatie zullen projecten als springplank dienen om aan te geven wat er te kiezen valt in en om water. Het verkiezingslogo wordt ingezet waar mogelijk bij projecten.

4. *Middelenmix gericht op doelgroep 18 – 50 jaar, laagopgeleid*

Met de communicatiemiddelen zetten we vooral in op de doelgroep 25 – 50 jaar en daarbij vooral laagopgeleiden. In deze doelgroep valt ‘nog een wereld te winnen’. Dit is de doelgroep die met de vorige verkiezingen minder geneigd was om naar de stembus te gaan dan 50+ en hoogopgeleiden.

Daarbij zal de strategische inzet van een variëteit aan communicatiemiddelen, in een wisselwerking tussen de landelijke en regionale campagnes, leiden tot synergie, tot versterking van de boodschap. Bovendien zal de inzet van meerdere communicatiemiddelen het totale bereik vergroten.

8 Landelijk versus (inter)regionaal

De communicatieadviseur onderhoudt contacten met de buurwaterschappen en de landelijke werkgroep communicatie verkiezingen voor de afstemming van de communicatie. Daarnaast gaat de communicatieadviseur naar zogenaamde deskundigenbijeenkomsten over de verkiezingen.

9 Boodschappen

De in paragraaf 4 genoemde communicatiemomenten kennen elk hun specifieke boodschap. De kern van de boodschappen staat hieronder kernachtig verwoord.

Aankondiging samenwerking waterschappen

‘De 26 waterschappen in Nederland organiseren samen de verkiezingen voor nieuwe waterschapsbesturen. Het is voor het eerst dat er in heel Nederland in dezelfde periode waterschapsverkiezingen worden gehouden. Het is ook nieuw dat alle 12 miljoen stemgerechtigden naast de mogelijk per post te stemmen, ervoor kunnen kiezen hun stem via internet uit te brengen.’

Verkiezingslogo in Rijnlandse middelen

Intern: ‘Dit is het logo van de landelijke waterschapsverkiezingen 2008. De campagne gaat vanaf nu van start. In alle Rijnlandse uitingen nemen we het logo waar mogelijk op voor verkiezingen 2008’.

Aankondiging registratie

‘In november 2008 houdt het hoogheemraadschap van Rijnland verkiezingen voor een nieuw bestuur. Wilt u meedenken en meepraten in het bestuur, dan kunt u hiervoor een groepering oprichten of u bij een groepering aansluiten en deze groepering laten registreren. U kunt zich niet op persoonlijke titel verkiesbaar stellen, zoals dat in het verleden gebruikelijk was.’

<vervolgens procedure aanmelding toelichten>

Start registratie groeperingen

'In november 2008 houdt het hoogheemraadschap van Rijnland verkiezingen voor een nieuw waterschapsbestuur. Wilt u meedenken en meepraten in het bestuur van Rijnland, kunt u zich via een groepering verkiesbaar stellen.' <vervolgens procedure aanmelding toelichten>

Bekendmaking van de aan de verkiezingen deelnemende groeperingen

'De lijsten met kandidaten van de aan de Rijnlandse waterschapsverkiezingen deelnemende belangengroeperingen zijn bekend. Binnenkort ontvangt u uw stembiljet, waarmee u uw stem kunt uitbrengen op de kandidaat van uw voorkeur.'

Verkiezingen

'Het hoogheemraadschap van Rijnland houdt bestuursverkiezingen. Binnenkort ontvangt u per post uw stembiljet. U kunt uw stem naar keuze per post of via internet uitbrengen.'

Stemperiode

'Het hoogheemraadschap van Rijnland houdt verkiezingen voor een nieuw bestuur. Ga stemmen, dit is uw democratisch recht. Met uw stem kunt u uw ideeën over het water bij u in de buurt laten behartigen en invloed uitoefenen op het beleid van het waterschap. Uw stem is van belang want daarmee spreekt u zich onder andere uit over de keuzes die het bestuur van uw waterschap maakt bij het beheer van het oppervlaktewater en de waterkeringen en bij het inspelen op de gevolgen van de klimaatverandering op het waterbeheer.'

Bekendmaken uitslag

'De uitslag van de waterschapsverkiezingen is bekend. De volgende personen [namen] verbonden aan de volgende groeperingen [namen] zijn tot bestuurslid van het hoogheemraadschap van Rijnland verkozen [en besturen de komende vier jaar uw waterschap].'

NB Bij de eerste uitslag zal het gaan om hoeveel zetels elke belangengroepering heeft behaald. De vraag is of dan ook de namen worden gegeven rekening houden met restzetels en voorkeurstemmen. Dan volgt nog de toelating waarna kan worden gemeld wie de komende vier jaren het waterschap besturen.

Evaluatie

'De evaluatie van de waterschapsverkiezingen in Rijnland is afgerond. Dit zijn de resultaten.'

10 Communicatiemiddelen hoogheemraadschap van Rijnland

De landelijke campagne bestaat uit een aantal communicatiemiddelen en -activiteiten. Zie het plan van aanpak Waterschapsverkiezing 2008. Het hoogheemraadschap van Rijnland gaat zelf voor de volgende communicatiemiddelenmix:

Intern

| Wat? | Waarover / Hoe? | Wie? | Wanneer? |
|-------------------|---|--------------------------|--|
| Thema VV | Over de verkiezingen | Bestuur | Tijdens voorbereiding en registratiefase |
| Interne opleiding | Over de verkiezingen, informeren ver nieuwe opzet | Medewerkers | Tijdens voorbereiding en registratiefase |
| Flyer | Over de verkiezingen | Alle interne doelgroepen | Registratie- en stemfase |

| | | | |
|-----------------------------|-------------------------|--|--|
| Brochure | Over de verkiezingen | Alle interne doelgroepen | Registratie- en stemfase |
| Intranet | Over de verkiezingen | Alle interne doelgroepen | Vorbereiding, Registratie- en stemfase |
| Personeelsblad | Over de verkiezingen | Alle interne doelgroepen | Vorbereiding, Registratie- en stemfase |
| Verspreiden verkiezingslogo | Voor opname in middelen | Communicatieadviseurs- en medewerkers, webmasters, proces- en projectleiders, vormgevers/repro | Vanaf januari 2008 |

Extern

Bij de externe activiteiten wordt zoveel mogelijk gebruik gemaakt van de landelijk ontwikkelde toolkit.

| Wat? | Waarover / hoe? | Voor wie? | Wanneer? |
|--|--|--|------------------------------|
| Bestaande corporate communicatiemiddelen als belastingkrant en jaarverslag | Informatie over verkiezingen geven | Alle doelgroepen | Tijdens alle fases |
| Verkiezingslogo in corporate campagne | Wijzen op verkiezingen | Alle doelgroepen | Tijdens alle fases |
| Genereren van free publicity: persconferenties rond de start- en registratiefase, de stemfase en de uitslag en persberichten voor/bij mijlpalen, voor/rond bijeenkomsten en persconferenties | De woordvoering gaat volgens Rijnlands pers-protocol. Informeren over alles rond de verkiezingen. Er wordt ingezet op het zorgen voor zoveel mogelijk free publicity, door een actieve persbenadering om journalisten betrokken te krijgen/maken,. | Pers en indirect alle stemgerechtigden en belangengroeperingen | Tijdens alle fases |
| Informatiebijeenkomsten start- en registratiefase | Rijnland informeert lokale/regionale belangengroepen en intermediairs over de verkiezingen en het nieuwe groeperingensysteem t.b.v. werving groeperingen om mee te doen met verkiezingen. Hiervoor wordt één informatiebijeenkomst in de startfase gehouden en drie in de registratiefase. | Belangengroeperingen | Startfase en registratiefase |
| Oproepflyer start- en registratiefase | Inlegvel over Rijnland voor landelijke brochure | Belangengroeperingen | Startfase en registratiefase |
| Brief met een digitaal informatiepakket voor (potentiële) kandidaten met een USB-stick of CD-Rom | Informeren | Belangengroeperingen | Startfase en registratiefase |

| | | | |
|--|--|---------------------------------|--|
| waarop: -korte film dijkgraaf / beelden Rijnland -informatie over formele kandidaatstelling -media-adviezen | | | |
| Gadgets | Voor promotie Rijnland en verkiezingen. | Alle doelgroepen | Tijdens registratie- en stemfase |
| Verkiezingskrant | Over de verkiezingen: wat, wanneer en waarom | Alle doelgroepen | Stemfase |
| Kieswijzer | Voor de kieswijzer, formuleert Rijnland onderscheidende stellingen. | Alle doelgroepen | Stemfase |
| Website | Rijnland presenteert de groeperingen via de eigen site www.rijnland.net . | Alle doelgroepen | Stemfase |
| Flyer | Over de verkiezingen: wat, wanneer en waarom | Alle doelgroepen | Stemfase |
| Buzz en internetmogelijk- heden inzetten om jongeren vanaf 18 te bereiken | Voor promotie Rijnland en verkiezingen. | Alle doelgroepen | Stemfase |
| 50 Rijnlandse medewerkers en 20 ingehuurd studenten die flyereren voor water- schapsverkiezingen | In de twee weken voor de verkiezingen gaan de 70 Rijnlandse medewerkers en studenten op drie dagen 'kies' flyereren op 'drukke punten' in Rijnland: NS- stations Haarlem, Leiden en Gouda en op markten / tijdens evenementen in verschillende gemeenten | Alle doelgroepen | Stemfase |
| Radio- en televisiespots | Rijnland zet de landelijk ontwikkelde spotjes aanvul- lend via de regionale/lokale zenders in. Wij geven daar een regionale draai aan. Uitzending via RTV-Noord- Holland en RTV-West. Het liefst samen met de buur- waterschappen. De eerste contacten hiervoor zijn gelegd. Daarnaast zet Rijnland in op radiospots op City FM,,..... | Alle doelgroepen | Stemfase |
| Verkiezingsbanners op websites van gemeenten en provincies | Voor promotie verkiezingen | Alle doelgroepen | Stemfase |
| Busreclame (in en op bussen) | Voor promotie verkiezingen | Alle doelgroepen | Stemfase |
| Debatbijeenkomsten | Twee debatbijeenkomsten voor de stemfase om extra aandacht te genereren. | Belangengroeperingen en pers | Stemfase |
| Aanplakborden voor | Sommige gemeenten stellen | Belangengroeperingen | Stemfase |

| | | | |
|-------------------------------------|---|------------------------------|---------|
| groeperingen | tijdens verkiezingsperiodes aanplakborden beschikbaar, waarop politieke partijen posters kunnen plakken. Rijnland gaat actie ondernemen om gemeenten zover te krijgen om net zoals bij andere verkiezingen (tijdelijk) aanplakborden beschikbaar te stellen voor de groeperingen. | | |
| Verkiezingscafé met persbijeenkomst | Verkiezingscafé om de uitslag bekend te maken | Belangengroeperingen en pers | Uitslag |

11 Begroting

Het totale communicatiebudget bedraagt ...

| Middel | Kosten |
|---|--------------------|
| Verkiezingskrant | € 120.000,- |
| Informatie- en debatbijeenkomsten, verkiezingscafé | € 15.000,- |
| 2 extra advertenties | € 50.000,- |
| Flyers | € 6.000,- |
| Radio- en televisiespots op RTV-West en RTV-Noord-Holland met regionale vertaling | € 10.000,- |
| Buzz (via web en media positieve bijdragen laten verspreiden, viral tool met o.a. film op YouTube en artikelen) | € 30.000,- |
| Verkiezingsgadgets | € 4.000,- |
| Reclame op bussen en abri's | € 25.000,- |
| (optie) Kaart als reminder om te stemmen naar huishoudens | € 30.000,- |
| Meting effectiviteit middelen | € 5.000,- |
| Totaal | € 295.000,- |

12 Evaluatie

Een project als dit vraagt om een gedegen evaluatie/effectonderzoek. Een 0-meting is daarbij zeer gewenst over de bereidheid tot stemmen en welke onderwerpen mensen belangrijk vinden. Gezien het feit dat er 26 waterschappen zijn die elk in meer of mindere mate regionaal binnen het eigen gebied gaan communiceren, heeft het de voorkeur om de 0-meting voor Rijnland zelf te laten uitvoeren. De meting na afloop van de stemfase moet dan uiteraard ook in Rijnland worden uitgevoerd. Deze metingen lopen mee in Rijnlands communicatieonderzoek dat ieder jaar onder 1000 inwoners (representatief onderzoek) wordt gehouden. Daarnaast is een meting nodig naar de effectiviteit van middelen.

