Wervingscampagne nieuwe raadsleden

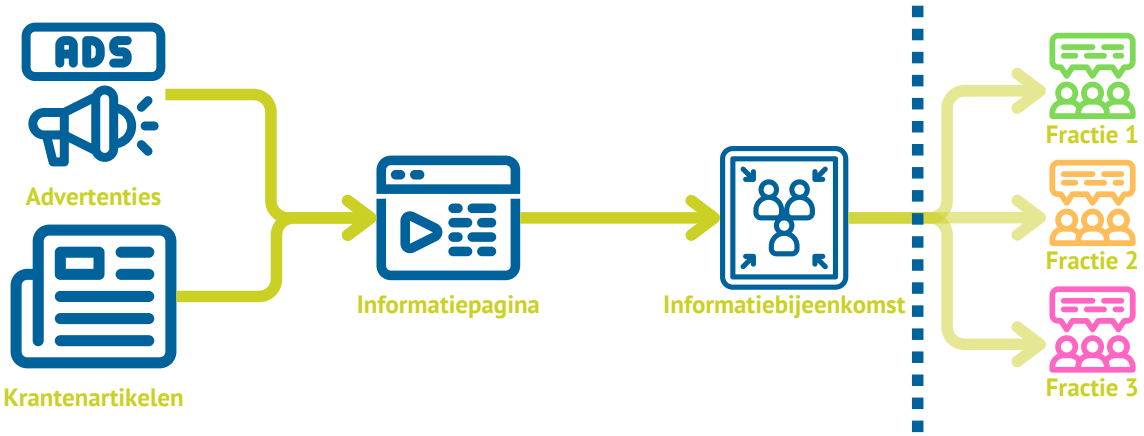
Aanleiding

De gemeenteraad wil gezamenlijk nieuwe raadsleden werven en heeft het initiatief genomen voor een campagne. Dit plan beschrijft hoe de campagne wordt uitgevoerd.

Doelstelling

De campagne heeft als doel om inwoners van Dijk en Waard enthousiast te maken voor de rol van raadslid. We willen een diverse groep inwoners werven die zich kandidaat zouden willen stellen voor de gemeenteraad. Ook mensen die politiek actief willen worden, maar zich niet verkiesbaar willen stellen, worden aangemoedigd om als commissielid of fractieondersteuner aan de slag te gaan. Voor alle functies wordt benadrukt dat de uiteindelijke selectie wordt gedaan door fracties zelf.

Aanpak in het kort



1. **Advertenties op sociale media en krantenartikelen** trekken de aandacht van inwoners. Geïnteresseerden worden doorverwezen naar een **informatiepagina**.
2. De **informatiepagina** biedt uitleg over het raadswerk en de mogelijkheid om aan te melden voor een informatiebijeenkomst.
3. Tijdens de **informatiebijeenkomst** is er een plenair deel waarin er meer verteld wordt over het raadswerk en worden er ‘speeddates’ tussen inwoners en raadsleden gehouden.

De informatiebijeenkomst markeert het einde van de campagne, hierna is het aan de fracties zelf om contacten te onderhouden en samenwerkingen te verkennen.

📱 Advertenties

Doel

Met advertenties bereiken we een brede groep inwoners en verwijzen we geïnteresseerde inwoners door naar de informatiepagina.

Ontwerp en kosten

Via sociale media zijn veel inwoners te bereiken, tegelijkertijd is de aandachtsspanne kort en moet de boodschap snel en krachtig zijn. Voor een goed doordachte en visueel aantrekkelijke advertentie is creatief bureau Raadhuis ingeschakeld. Zij zijn met een aantal concepten gekomen, waarvan 'Doe het voor...' het meest geschikt was. Dit concept is ontwikkeld tot onderstaand ontwerp. Meer informatie over het ontwerp is te vinden in het document '**Ontwerp Raadhuis.pdf**'. De totale kosten van Raadhuis zijn €7.040 euro ex. btw.

Plaatsing en kosten

De advertenties zullen geplaatst worden op Facebook, Instagram en LinkedIn. Voor deze drie platforms is gekozen omdat de gemeenteraad hier zelf actief op is en omdat via deze platforms een brede groep aan inwoners te bereiken is. De advertenties zullen alleen te zien zijn voor inwoners van Dijk en Waard.

De advertenties op Facebook en Instagram worden gezamenlijk geplaatst via Meta. Het geschatte aantal inwoners dat hiermee bereikt wordt is **28 tot 33 duizend.** Met een budget van **€2.000** over de gehele looptijd van 27 dagen is het geschatte aantal weergaven van de advertentie **6.200 tot 18.000** per dag. Het verwachte aantal kliks naar de informatiepagina is bij dit budget **118 tot 341** per dag.

Het geschatte aantal inwoners dat bereikt wordt via advertenties op LinkedIn is **31.000**. Met een budget van **€1.000** over de gehele looptijd van 27 dagen is het geschatte aantal weergaven **592** tot **2.481** per dag. Het verwachte aantal kliks naar de informatiepagina is bij dit budget **1 tot 6** per dag.

📰 Krantenartikelen

Doel

Het doel van de advertenties is een brede groep inwoners via (online) kranten te bereiken en geïnteresseerde inwoners naar de informatiepagina te verwijzen.

Persbericht

Tegelijk met het starten van de advertentiecampagne zal er een persbericht uitgaan naar lokale media (o.a. Rodi, RTV Dijk en Waard, Streekstad Centraal, Noordhollands Dagblad, Lief Langedijk en Xyto). In het persbericht zal informatie staan over het werk van raadsleden en commissieleden en over de informatiebijeenkomst die georganiseerd wordt.

Raadspagina

Daarnaast zal er op de Raadspagina aandacht komen voor de campagne. De Raadspagina is onderdeel van het Gemeentenieuws, een bijlage van de lokale krant van Rodi. Deze krant heeft een oplage van 36.100 stuks.

Uitgebreide artikelen

Afhankelijk van de interesse van de verschillende redacties zullen er uitgebreide artikelen komen, waarin ook de campagne zelf uitgelicht wordt: de aanleiding voor de campagne, de keuze van de gemeenteraad om hierin samen te werken en het feit dat dit ongebruikelijk en uniek is. Dit soort artikelen geven een extra mogelijkheid voor zichtbaarheid van de campagne en de gemeenteraad zelf.

📄 Informatiepagina

Doel

Het doel van de informatiepagina is geïnteresseerde inwoners te informeren over het raadswerk en zich te laten aanmelden voor de informatiebijeenkomst.

Inhoud

De informatiepagina legt uit wat het betekent om raadslid, commissielid of fractieondersteuner te worden. Het behandelt de verantwoordelijkheden, voordelen, tijdsinvestering en praktische zaken zoals vergoedingen en benodigde ervaring. Daarnaast nodigt het geïnteresseerden uit voor een informatiebijeenkomst, waar zij meer te weten kunnen komen over de rollen, raadsleden en commissieleden kunnen ontmoeten en eventueel een fractievergadering kunnen bijwonen.

Het ontwerp van de informatiepagina vind je in de bijlage '**Informatiepagina.pdf**'.

🤝 Informatiebijeenkomst

Doel

Het doel van de informatiebijeenkomst is geïnteresseerde inwoners verder te informeren over het raadswerk en contact te leggen tussen hen en de fracties.

Inhoud

De informatieavond wordt georganiseerd op maandag 24 februari van 19.00 tot 20.00. De bijeenkomst bestaat uit een plenair deel en een speeddate-sessie, waarin inwoners met raads- en commissieleden in gesprek kunnen over wat het betekent om raadslid te zijn. Het zou fijn zijn als van elke fractie minstens één raadslid of commissielid aanwezig kan zijn om met inwoners in gesprek te gaan.

Na afloop van de bijeenkomst zullen er ruimtes gereserveerd zijn, zodat fracties met geïnteresseerde inwoners verder in gesprek kunnen. Voor de geïnteresseerde inwoner is dit een moment om vragen te stellen over hoe het werkt in een fractie en waar de partij voor staat, voor de fractie zelf is het een moment om te kijken of er een klik is met de persoon in kwestie.

Deze bijeenkomst markeert het einde van de wervingscampagne. Vanaf dat moment ligt het initiatief bij de geïnteresseerde inwoners en de individuele fracties om hier een vervolg aan te geven. Dit vraagt om een proactieve houding van de aanwezige raads- en commissieleden. Het kan daarom handig zijn om contactgegevens uit te wisselen met geïnteresseerden, zodat op een ander moment het gesprek kan worden voortgezet.