

Concept Gezamenlijk campagneplan Gemeenteraadsverkiezingen 2026



Inleiding

Op 18 maart 2026 gaan de Dordtenaren weer naar de stembus om een nieuwe gemeenteraad te kiezen. Net als bij eerdere verkiezingen voeren de politieke partijen hun eigen campagne, maar ook dit keer worden er gezamenlijke activiteiten georganiseerd om de verkiezingen extra zichtbaar te maken.

In dit campagneplan vind je een overzicht van de gezamenlijke initiatieven. Het plan is opgesteld in overleg met de campagneleiders, waarbij de griffie een adviserende en ondersteunende rol heeft vervuld.

Het is belangrijk om te benadrukken dat dit plan nog in ontwikkeling is. Voor sommige activiteiten is al duidelijk dat er behoefte aan is, maar de exacte vorm en bijbehorende kosten moeten nog worden uitgewerkt. Daarnaast zien we dat de kosten van diverse activiteiten hoger liggen dan in voorgaande jaren.

In het campagneplan vind je daarom een overzicht van de activiteiten waarop de campagneleiders willen inzetten, inclusief een begroting en een weergave van de financiële onzekerheden.

Doelen en doelgroep

Voor de gezamenlijke campagne zijn de volgende doelen vastgesteld:

1. Inwoners informeren over de verkiezingen op 18 maart 2026
2. Zichtbaar maken welke partijen meedoen
3. Verschillen tussen politieke partijen duidelijk maken

De doelgroep van deze campagne zijn alle stemgerechtigden Dordtenaren.

Kernboodschap

De kernboodschap die in alle activiteiten en communicatie-uitingen doorklinkt is:

Gemeenteraadsverkiezingen gaan over u en uw stad. U bepaalt met uw stem wie de stad de komende 4 jaar bestuurt. Pak deze kans om uw stem te laten horen. Kijk waarop u kunt stemmen en kies op 18 maart voor de partij die (het beste) bij u past.

Opkomstbevordering

In 2022 was de opkomst bij de gemeenteraadsverkiezingen in Dordrecht historisch laag: slechts 47,1% van de inwoners bracht hun stem uit. Een duidelijk aandachtspunt, zo geven de campagneleiders aan. Toch is opkomstbevordering geen specifiek doel binnen de gezamenlijke campagne.

Of mensen wel of niet gaan stemmen, hangt van veel factoren af. Op sommige van die factoren — zoals afkomst, opleidingsniveau, sociale omgeving of woonplaats — is nauwelijks invloed uit te oefenen. Een vaak genoemde reden om niet te stemmen is een gebrek aan interesse, dat vaak voortkomt uit te weinig kennis van de lokale politiek*.

Het vergroten van die kennis is wél opgenomen als doel in het algemene communicatieplan van de griffie. Daarom krijgt dit onderwerp ook een plek in de communicatie-uitingen van de griffie in aanloop naar de verkiezingen.

**Bronvermelding:*

Van Ostaaijen, J., Epskamp, M., & Dols, M. (2016). Verbetering op komst: Een verkenning naar een effectieve gemeentelijke inzet van communicatiemiddelen voor de opkomst bij lokale verkiezingen. Tilburg University.

Josse de Voogd & René Cuperus (2021) Atlas van afgehaakt Nederland

Dion Koerntjes (2022) Het verschil in opkomst tussen Tweede Kamerverkiezingen en gemeenteraadsverkiezingen

Rekenkamerrapport gemeente Dordrecht (2025), onderzoeksrapport opkomstbevorderende maatregelen

Toegankelijk en begrijpelijk

De campagne is zo ingericht dat iedere Dordtenaar zich aangesproken voelt. Activiteiten en middelen zijn begrijpelijk en toegankelijk – ook voor mensen die moeite hebben met lezen, een (visuele) beperking hebben of niet goed bekend zijn met de lokale politiek.

Jongeren

Een deel van de activiteiten richt zich speciaal op jongeren. Hun opkomst bij verkiezingen ligt doorgaans nog lager dan het gemiddelde. Juist daarom is het belangrijk om hen op jonge leeftijd al bij het democratisch proces te betrekken. Hoe eerder jongeren betrokken raken, hoe groter de kans dat ze ook in de toekomst blijven stemmen.

1. De campagne activiteiten

Doelen tijdens de gezamenlijke campagne zijn de inwoners informeren over de verkiezingen op 18 maart 2026, zichtbaar maken welke partijen meedoen en de verschillen tussen de politieke partijen duidelijk maken.

	Actie	Begroting 2022	Realisatie 2022	Begroting 2026
1	Campagneplan totaal	€ 46.500,-	€ 41.140,-	€ 55.000,-

Onderstaande activiteiten en middelen worden daarvoor ingezet:

1.1 Digitale stemhulp

	Actie	Begroting 2022	Realisatie 2022	Begroting 2026
1.1	Digitale stemhulp	€ 10.000,-	€ 10.000,-	€ 11.000,-
	<i>Realisatie: afhankelijk keuze welke stemhulp</i>			€ 11.000 - € 15.000,-

Een digitale stemhulp is een onmisbaar onderdeel van de informatievoorziening. Het helpt Dordtenaren inzicht te krijgen in de verschillende standpunten van de politieke partijen.

Op basis van de ervaringen tijdens de vorige verkiezingen adviseren de campagneleiders om dit keer niet te kiezen voor Kieskompas. De voorkeur gaat uit naar **MijnStem**, mede vanwege de mogelijkheid om een koppeling te maken met individuele politici.

Voordat er een definitief advies kan worden gegeven, is het wel belangrijk dat er meer duidelijkheid komt over de manier waarop de antwoorden van politieke partijen op de stellingen worden gecontroleerd. Zodra de reactie van MijnStem hierover bekend is, wordt deze gedeeld met de campagneleiders. Op basis daarvan wordt besloten welke digitale stemhulp wordt ingezet.

De volgorde van afweging is als volgt: eerst wordt gekeken of er voldoende steun is voor MijnStem. Mocht dat niet het geval zijn, dan gaat de voorkeur uit naar een variant van **StemWijzer**.

Mijn Stem: basispakket plus koppeling met individuele politici
MijnStem de optie om een koppeling te maken met individuele politici. Uit onderzoeken blijkt dat kiezers zich niet alleen laten leiden door verkiezingsprogramma's van partijen, maar dat ook politici van doorslaggevend effect kunnen zijn op hun keuze. Als enige aanbieder maakt MijnStem het mogelijk om in het eindscherm niet alleen de politieke partijen, maar ook de individuele politici te laten zien. Zo kunnen kiezers die dat willen, zich laten informeren over individuele personen waar zij mogelijk op willen stemmen.
Kosten: : € 11.000,- (ex BTW, reiskosten)

Stemwijzer: standaard of pro
De standaard stemwijzer of pro variant. Beiden kennen stellingen over lokale thema's en promotietoolkit voor gemeente. Bij de Pro variant wordt dit aangevuld met extra feitelijke informatie en voor- en tegenargumenten.
Kosten: € 11.250,- tot € 15.750,- (ex BTW, reiskosten)

1.2 Papieren stembulp

		Begroting 2022	Realisatie 2022	Begroting 2026
1.2	Papieren stembulp	€ 15.000,-	€ 15.000,-	€ 15.000,-
	<i>Extra kosten voor verspreiding en extra informatie op de stembulp</i>			<i>PM</i>

Naast de digitale stembulp verspreiden we huis-aan-huis een papieren stembulp. De papieren stembulp geeft op A3 weer, welke partijen in Dordrecht meedoen, wat hun standpunten op verschillende thema's zijn en waar men meer informatie kan vinden.

De campagneleiders hebben benadrukt dat de leesbaarheid en overzichtelijkheid van de papieren stembulp belangrijk zijn. Daarnaast is gevraagd om te onderzoeken of er extra informatie kan worden toegevoegd op de achterkant van het A3, bijvoorbeeld via QR-codes die verwijzen naar politieke partijen of naar debatten die inwoners kunnen bijwonen of online volgen. De verschillende opties en de bijbehorende kosten moeten nog verder worden uitgewerkt.

Een punt van onzekerheid is de verspreiding van de papieren stembulp. Het is nog niet duidelijk of deze samen met de kandidatenlijst kan worden meegestuurd. Dit hangt af van de landelijke regels voor de verzending van de kieslijst. Als de lijst zonder envelop wordt verspreid, moet de papieren stembulp apart worden verzonden, wat extra financiële gevolgen kan hebben.

1.3 Gezamenlijke website: www.dordrecht.nl/verkiezingen

	Actie	Begroting 2022	Realisatie 2022	Begroting 2026
1.3	Gezamenlijke website	Regulier	Regulier	Regulier

Op deze website is alle beschikbare (politiek neutrale) informatie te vinden. Ook staat er praktische informatie op over waar mensen kunnen stemmen.

1.4 Verkiezingskalender

	Actie	Begroting 2022	Realisatie 2022	Begroting 2026
1.4	Verkiezingskalender	Regulier	Regulier	Regulier

De griffie houdt een overzicht bij van alle gezamenlijke activiteiten van de politieke partijen. Daarnaast wordt in de verkiezingskalender bijgehouden welke initiatieven er zijn aangekondigd door bijvoorbeeld belangenverenigingen en inwonersgroepen, waarbij politieke partijen worden uitgenodigd. Zo is in één oogopslag te zien waar en wanneer er debatten, politieke cafés of andere bijeenkomsten plaatsvinden.

Er wordt daarbij extra gelet op activiteiten die in de wijken worden georganiseerd in aanloop naar de verkiezingen. Op die manier kunnen we het (gezamenlijke) bereik in de stad vergroten. Wijkmanagers, buurtcentra en andere lokale organisaties worden hier actief op geattendeerd.

Data van activiteiten kunnen worden aangeleverd bij de griffie. De verkiezingskalender is continu digitaal beschikbaar en wordt daarnaast regelmatig in papieren vorm gepubliceerd in Dordt Centraal, op de speciale raadspagina.

1.5 Alternatieven voor verkiezingsmarkt

	Actie	Begroting 2022	Realisatie 2022	Begroting 2026
1.5	Verkiezingsmarkt/ alternatieven	€ 2.500,-	€ 1.140,-	€ 3.000,-

De campagneleiders hebben aangegeven niet de voorkeur te geven aan een traditionele verkiezingsmarkt. Deze keuze is gebaseerd op de ervaringen tijdens de vorige gemeenteraadsverkiezingen en de daaropvolgende evaluatie.

In plaats daarvan gaat de voorkeur uit naar een verkiezingsbijeenkomst in het Dordthuis. Mocht dat niet mogelijk zijn, dan is het Stadhuis het als alternatief naar voren gebracht. De verdere invulling van de bijeenkomst wordt besproken zodra de locatie vaststaat.

Om vooral bij het Stadhuis meer bezoekers naar binnen te trekken, is voorgesteld om buiten iemand in te zetten die inwoners enthousiast uitnodigt om binnen te komen. Hiernaast zijn er kosten voor mogelijke vergunningen, aankleding (statafels), catering.

1.6 Verkiezingsdebat

	Actie	Begroting 2022	Realisatie 2022	Begroting 2026
1.6	Slotdebat/ verkiezingsdebat	€ 7.750,- (ex BTW)	€ 7.750,- (ex BTW)	€ 16.000,- (incl. BTW, excl. catering, visagie)

In aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen van 2026 worden, zoals gebruikelijk, verschillende debatten georganiseerd door diverse instellingen en organisaties in de stad. Net als bij eerdere verkiezingen is er gekozen voor een slotdebat, dat live wordt uitgezonden via een mediakanaal. Voor de organisatie is, vanwege professionaliteit en originaliteit, gekozen voor NewSenseMedia. Het format van het debat wordt nog verder uitgewerkt, maar vaststaat dat alle deelnemende partijen evenredig de ruimte krijgen. Een belangrijke afspraak is dat de politieke partijen na afloop beschikken over het beeldmateriaal, zodat zij dit zelf kunnen delen via hun eigen mediakanalen.

Er is gekozen niet te betalen voor het uitzenden van het slotdebat bij de lokale omroep. Het debat wordt wél aangeboden aan de lokale omroep voor uitzending.

1.7 Thema debatten/ uitzendingen

	Actie	Begroting 2022	Realisatie 2022	Begroting 2026
1.7	Thema debatten/ uitzendingen	€ 8.000,- (ex BTW)	€ 8.000,- (Ex BTW)	€ 5.000,- PM

Bij de gemeenteraadsverkiezingen in 2022 zijn naast het grote slotdebat ook thema debatten georganiseerd. De kosten voor het opnemen en organiseren van themadebatten zijn in beeld gebracht. Echter leeft de behoefte om nog nader te kijken naar de mogelijkheden om deze thema debatten op verschillende locaties in de stad te organiseren. Het op locatie organiseren brengt meer organisatie en kosten mee dan organisatie op een vaste locatie en zijn nog niet bekend.

1.8 Verkiezingskatern Dordt Centraal

	Actie	Begroting 2022	Realisatie 2022	Begroting 2026
1.8	Verkiezingskatern in Dordt Centraal	€ 3.500,-		€ 3.750,-
	<i>Apart verkiezingskatern huis-aan-huis verspreiding</i>			<i>PM</i>

Als aanvulling op de bestaande raadskolommen wordt, in aanloop naar 18 maart 2026, een verkiezingskatern uitgebracht. Hierin krijgen alle politieke partijen de ruimte om zichzelf zichtbaar te maken.

Er is bewust gekozen om geen los katern te verspreiden via slechts enkele uitdeelpunten. In plaats daarvan wordt gekozen voor huis-aan-huisverspreiding:

- óf als onderdeel van Dordt Centraal (€ 3.750,-)
- óf als los katern huis-aan-huis in Dordrecht. De kosten voor een losse huis-aan-huisverspreiding in Dordrecht worden nog in kaart gebracht.

1.9 Sociale media

	Actie	Begroting 2022	Realisatie 2022	Begroting 2026
		€ 500,-		€ 1.000,-

Social media vormen een belangrijk onderdeel van de gezamenlijke campagne. Ze bieden de mogelijkheid om inwoners op een toegankelijke en eigentijdse manier te bereiken. Via deze kanalen kunnen we niet alleen informeren over de verkiezingen, maar ook zichtbaar maken welke partijen meedoen en waar zij voor staan. Zo dragen social media bij aan een goed geïnformeerde kiezer en vergroten ze de zichtbaarheid van de verkiezingen onder alle stemgerechtigde Dordtenaren.

Er is instemming om geen betaalde content op X te plaatsen én om de mogelijkheden van Facebook en Instagram na 1 oktober optimaal te benutten. De gemeente wordt zelf niet actief op TikTok maar externe aanbieders kunnen dit wel inzetten.

1.10 Doelgroep jongeren

	Actie	Begroting 2022	Realisatie 2022	Begroting 2026
		Regulier / bestaande subsidies		<i>PM</i>

Onder jongeren worden alle inwoners van 17-25 jaar verstaan. Om het bereik onder jongeren te vergroten wordt het jongeren netwerk benaderd om activiteit(en) te organiseren over de gemeenteraadsverkiezingen die in het bijzonder gericht zijn op deze doelgroep. Hiernaast stuurt de burgemeester een kaart naar alle jongeren die voor het eerst mogen gaan stemmen. Andere mogelijkheden om jongeren te informeren en enthousiasmeren worden verder in kaart gebracht. Hierbij wordt gedacht aan: aparte online content voor jongeren, podcast en mogelijk een meet-and-greet met lijsttrekkers/ kandidaten.

1.11 Beeld- geluidmateriaal

	Actie	Begroting 2022	Realisatie 2022	Begroting 2026
	Video lijsttrekker/ politieke partij met daarin de belangrijkste speerpunten			PM
	Bekende Dordtenaren die oproepen te gaan stemmen			€ 800,- per videoopname (minimaal 3 video-opnames)
	Algemene video's Prodemos			Geen kosten
	Podcasts			PM

Om inwoners optimaal te informeren, is er voorkeur voor extra beeldmateriaal dat breed via social media kan worden gedeeld:

- Video per lijsttrekker of partij: korte filmpjes waarin de belangrijkste speerpunten van elke partij worden gepresenteerd.
- Stemoproep door bekende Dordtenaren: een gezamenlijke video waarin bekende Dordtenaren inwoners oproepen om te gaan stemmen.
- Aanvullende middelen: de algemene video's van ProDemos blijven beschikbaar. Daarnaast wordt onderzocht of podcasts kunnen worden ingezet, met aandacht voor het meest geschikte medium voor verspreiding.

1.12 Gezamenlijke slogan

Een gezamenlijke slogan kan eenheid uitstralen en zorgen voor herkenbaarheid bij algemene politieke uitingen. De stadsdichter wordt benaderd om mee te denken over een positieve slogan voor de gezamenlijke campagne.

2. UITSLAGENAVOND

	UITSLAGENAVOND	BEGROTING 2022	REALISATIE 2022	BEGROTING 2026
	TOTAAL:	€ 10.000	€ 12.248,45	€ 10.000,-
	Kosten akoestische maatregelen Live Stream			PM

De uitslagenavond is het moment waarop inwoners, politieke partijen, media en andere betrokkenen samenkomen om de verkiezingsuitslag te volgen en te duiden. Het markeert niet alleen het einde van de campagne, maar ook de start van een nieuwe raadsperiode. Voor iedereen is het een spannend en bijzonder moment.

De uitslagenavond maakt geen onderdeel uit van de gezamenlijke campagneactiviteiten. Omdat bij de vorige editie de akoestiek als storend werd ervaren, is gevraagd om alternatieve locaties te onderzoeken. Uiteindelijk is ervoor gekozen de uitslagenavond op het Stadhuis te organiseren – het hart van de Dordtse democratie. De mogelijkheden voor het verbeteren van de akoestiek worden als optie nog verder uitgewerkt, inclusief de bijbehorende kosten.

Ook de mogelijke kosten voor live-streaming zijn nog niet meegenomen. Er is besloten geen live-uitzending bij de lokale omroep in te kopen.

Uitvoering: we doen het samen!

Het succes van de gezamenlijke campagne hangt niet alleen af van de effectiviteit van de losse activiteiten en communicatiemiddelen, maar ook van de betrokkenheid van alle politieke partijen. Hoe breder de campagnecontent – zoals video's en andere uitingen – wordt gedeeld, hoe groter het bereik.

Daarom is het belangrijk dat ook partijen en individuele politici de algemene content actief verspreiden via hun eigen kanalen. Daarnaast helpt het als zij in hun eigen campagnes verwijzen naar de centrale verkiezingswebsite. Daar vinden kiezers heldere informatie over de verkiezingen en een overzichtelijke kalender met alle belangrijke data.

Naast de gezamenlijke activiteiten die de griffie ondersteunt, speelt ook het Kiesbureau (Dienstverlening Drechtsteden) een belangrijke rol in de gemeenteraadsverkiezingen. De activiteiten die zij organiseren zijn gericht op de verkiezingen, zoals de stemlocaties, stempassen, flyers e.d. Zoals aangegeven voeren politieke partijen zelf ook campagne. In de communicatie richting de stad en haar inwoners is het van belang om elkaar te versterken. Het campagneleidersoverleg is een van de gremia om de onderlinge afstemming goed te blijven opzoeken.

Begroting

	Actie	Begroting 2022	Realisatie 2022	Begroting 2026 (minimum)	Begroting alternatieve keuzes/risico's
1.	Campagneplan totaal	€ 46.500,-	€ 41.140,-	€ 55.000,-	
1.1	Digitale stemhulp	€ 10.000,-	€ 10.000,-	€ 11.000,-	€ 15.000,-
1.2	Papieren stemhulp	€ 15.000,-	€ 15.000,-	€ 15.000,-	PM
1.3	Dordt Kiest website gemeente	Regulier	Regulier	Regulier	-
1.4	Verkiezingskalender	Regulier	Regulier	Regulier	-
1.5	Gezamenlijk campagnemoment (voorheen verkiezingsmarkt)	€ 2.500,-	€ 1.140,-	€ 3.000,-	
1.6	Slotdebat/verkiezingsdebat (excl. visagie, catering)	€ 7.750,- ex btw	€ 7.750,- ex BTW	€ 16.000,-	PM Visagie, catering
1.7	Themadebatten	€ 8.000,- ex btw	€ 8.000,- ex btw	€ 5.000,-	PM
1.8	Verkiezingskatern Dordt Centraal	€ 3.500,-		€ 3.750,-	PM
1.9	Sociale media	€ 500,-		€ 1.000,-	
1.10	Jongeren doelgroep	Regulier	Regulier	Regulier	PM
1.11	Beeld- geluidmateriaal				PM
1.12	Gezamenlijke slogan	Regulier	Regulier	Regulier	
	<i>Post onvoorzien</i>			€ 250,-	
	Totaal			€ 54.750,-	
2.	Uitslagenavond	€ 10.000,-	€ 12.248,45	€ 10.000,-	PM

Binnen de huidige begroting is in de minimale variant geen ruimte om:

- onvoorziene zaken op te vangen,
- bekende risico's die zich voor kunnen doen financieel op te vangen,
- of inhoudelijke keuzes te maken, zoals themadebatten op locatie, extra beeld- of videomateriaal, het verkiezingskatern, akoestische maatregelen uitslagenavond etc.

De vraag aan het Presidium is of er financiële ruimte kan worden geboden om de gewenste opties verder te onderzoeken en – waar nodig – te realiseren en in december de keuzes inclusief financiële consequenties onderbouwd voor te leggen aan het presidium. En vooruitlopend op dat besluit meer financiële ruimte te bieden voor de uitvoering van het campagneplan door de **post onvoorzien te verhogen met 10.000 euro vanuit het algemeen communicatiebudget van de griffie.**

Concept planning campagneactiviteiten

Activiteit	Datum uitvoering
Stellingenavond digitale stemhulp	In overleg campagneleiders en organisatie
Vorbereiding papieren stemhulp: bepalen thema's	In overleg campagneleiders oktober
Definitieve indiening standpunten partijen papieren stemhulp	
Verkiezingskalender van campagne activiteiten in de stad	Week 2 2026
Start opmaak papieren stemhulp	
Social media	Week 2 2026
Correctierondes papieren stemhulp	15 en eventueel 22 januari
Website www.dordrecht.nl/verkiezingen	
Live gang digitale stemhulp	
Aanleveren inbreng verkiezingskatern politieke partijen	
Verspreiden papieren stemhulp en kieslijsten onder kiesgerechtigde inwoners	
Verkiezingskatern naar vormgever	2 maart
Opname verkiezingsdebat	Week 9 of 10
Gezamenlijk campagnemoment (voorheen verkiezingsmarkt)	Zaterdag 14 maart
Uitzending verkiezingsdebat	Week 10 of 11