



GEMEENTERAAD

STAD MECHELEN

**SCHRIFTELIJK ANTWOORD OP SCHRIFTELIJKE VRAAG BUITEN DE
GEMEENTERAADSZITTING**

2024/007

Indiener: F. Perdaens

Datum indiening: 10 januari 2024

Vraag: Kieslocaties en communicatie

Antwoord college

Stemlocaties

Op de Vergadering van 17 juli 2023 heeft het college de goedkeuring gegeven aan de voorgestelde locaties waar er stembureaus opgebouwd worden voor de verkiezingen op 9 juni en 13 oktober 2024.

- Als alle opmerkingen, bemerkingen en de beschikbare ruimten in acht genomen worden, komt de dienst Kieszaken tot de volgende locaties waar stembureaus kunnen opgebouwd worden:

	<u>Stemlocatie</u>	<u>NR. stembureau</u>
1	Sporthal Paardenstraatje Paardenstraatje 8 2800 Mechelen	1 2 3 4 5 6 7 8
2	Woonzorgcentrum Hof van Egmont H. Speecqvest 5 2800 Mechelen	9

3	School CVO Crescendo Vaartdijk 86 2800 Mechelen	10
		11
4	Sporthal De Donkerlei Donkerlei 76 2800 Mechelen	12
		13
		14
5	Sporthal De Plaon Eksterstraat 100 2800 Mechelen	15
		16
		17
6	Prov. Scholen Tuinbouw & Techniek Campus Mechelen Antwerpsesteenweg 145 2800 Mechelen	18
		19
		20
7	Zaal De Loods Douaneplein 2800 Mechelen	21
		22
8	Busleyden Atheneum Campus Caputsteen Caputsteenstraat 51 2800 Mechelen	23
		24
		25
		26
9	Sporthal Iham Bautersemstraat 57 2800 Mechelen	27
		28
		29
		30
		31
10	LDC Den Abeel Jozef Verbertstraat 61 2800 Mechelen	32
		33
11	School BSGO De Puzzel Leuvensesteenweg 41 2800 Mechelen	34
		35
12	School BSGO Victor Van de Walle Brusselsesteenweg 168 2800 Mechelen	36
		37
		38

13	Sporthal Winketkaai Winketkaai 39 2800 Mechelen	39
		40
		41
14	Parochiezaal Battel Battelsebergen 28 2800 Mechelen	42
		43
15	De Beemden, vestiging Stuivenbergh (OV 2&3) Stuivenbergbaan 135 2800 Mechelen	44
		45
		46
16	Sporthal De Arena Pastorijstraat 50 2800 Walem	47
		48
17	Sporthal De Kouter Dorpstraat 67 2811 Leest	49
		50
18	Ontmoetingscentrum De Kettinghe Sint Amandusstraat 5A 2801 Heffen	51
		52
19	Dorpshuis Hombeek Sint-Maartensplein 2 2811 Hombeek	53
		54
		55
20	Sporthal Appelaar J.F. Van Geelstraat 2812 Muizen	56
		57
		58
21	KFC MUIZEN Lotelingstraat 5Z 2812 Muizen	59
22	Woonzorgcentrum De Lisdodde Frans Broersstraat 1 2800 Mechelen	60

- Er worden evenveel locaties behouden als voor de verkiezingen van 2019.
- Er wordt rekening gehouden met de evaluatiepunten.
 - We kunnen de School BSGO Maurits Sabbe ontlasten, omdat we hiervoor de Sporthal Donkerlei gebruiken.

- De Parochiezaal 't Kranske zal niet meer gebruikt worden als stemlocatie, maar wel de vernieuwde cafetaria van KFC Muizen. De voorzitter, de heer Schoeters Luc, wil heel graag samenwerken met de Stad.
- Een toegankelijk stemlokaal is een basisvoorwaarde om iedereen vlot te laten deelnemen aan de verkiezingen, ook kiezers met een handicap en ouderen. Maar ook communicatie, dienstverlening, begeleiding en klantvriendelijk onthaal zijn erg belangrijk. Inter organiseert, op vraag van de Vlaamse overheid, een online infomoment voor medewerkers van lokale overheden om stemlokalen zo toegankelijk mogelijk te maken. En aandacht te hebben voor een duidelijke communicatie en dienstverlening. Op 8 februari 2024 volgt dienst kieszaken dit infomoment.

Stemrecht voor 16- en 17-jarige Belgen voor de Europese verkiezingen

Op 21 december 2023, heeft de Kamer van Volksvertegenwoordigers een wet goedgekeurd ter bevestiging van de stemming van jongeren van 16 en 17 jaar voor het Europees Parlement; dit naar aanleiding van het arrest van het Grondwettelijk Hof dat de wet van 01/06/2022 gedeeltelijk vernietigd had.

Deze nieuwe wet bepaalt het volgende:

Jonge Belgen moeten zich niet langer inschrijven voor de verkiezing van het Europees Parlement. Ze zullen automatisch op de kiezerslijst staan, maar de stemming zal voor deze jongeren niet verplicht zijn.

Communicatie

Verkiezingen 9 juni

CONTEXT

Alle 18+ Belgen staan automatisch op de kieslijst en hebben opkomstplicht.

Jongeren (16+) mogen stemmen voor het Europees Parlement. Op 21/03/2023 heeft de Kamer van Volksvertegenwoordigers een wet goedgekeurd die stelt dat jonge Belgen zich niet langer moeten inschrijven voor de verkiezing van het Europees Parlement. Ze zullen automatisch op de kiezerslijst staan, maar de stemming is voor deze jongeren niet verplicht. Communicatie zal zich dus in de eerste plaats op deze groep eerste stemmers richten.

Gedurende de periode juni 2023 tem december 2023 was er dus nog onduidelijkheid over hoe dit stemrecht vormgegeven zou worden, wat het voorbereiden van communicatie bemoeilijkte.

PLAN VAN AANPAK: INHAKEN OP BESTAANDE INITIATIEVEN

Focus in deze periode lag op het in kaart brengen van reeds bestaande initiatieven die zich naar deze doelgroep richten. Verschillende organisaties stellen binnenkort communicatiemateriaal ter beschikking.

> Ambrassade met 't Is aan u:

Eén duidelijk merk dat zich richt naar jongeren. Stellen binnenkort affiches, flyers, stickers, content voor sociale media en ander promomateriaal beschikbaar voor partners.

Van 1 maart tot 9 juni telt 't Is aan u! 100 dagen lang af naar de verkiezingen. Elke dag, 100 dagen lang, brengen ze info op Instagram.

>WATWAT:

Eveneens een gekend merk en mediakanaal bij jongeren dat uitgebreid informeert en sensibiliseert zodat jongeren zelf een geïnformeerde keuze kunnen maken.

> **nws.nws.nws** is het nieuwskanaal voor jongeren van VRT, te vinden op Instagram met uitgebreid aanbod rond verkiezingen. VRT ontwikkelt ook een stemtest specifiek gericht op jongeren.

> **onderwijs**: eduboxen ter beschikking gesteld door overheid + in Mechelen extra sensibilisering door netwerk van Europese krachten, opgestart in het kader van Construct Europe.

Bovengenoemde merken en kanalen zijn reeds gekend en populair bij jongeren. Een eigen campagne of brand lanceren zal niet hetzelfde resultaat opleveren en zorgt voor versnippering en overvloed aan info. Marketing en communicatie kiest er daarom voor om vooral in te haken op bestaande initiatieven en, zodra het hierboven genoemde materiaal beschikbaar is deze in te zetten op eigen stadskanalen en die van submerk 2800Leeft. En waar nodig/mogelijk aan te vullen met eigen materiaal en lokale accenten)

vb. affiches, flyers, stickers ... verspreiden op locaties voor jongeren zoals Transit M, Douaneplein, Academie ...

vb. stemtest verspreiden via website en sociale media

vb. creatie van eigen content voor sociale media met lokale ambassadeurs (reeds goede samenwerking met Busleyden Atheneum via Construct Europe)

vb. artikel in Nieuwe Maan (mei)

Er werd ook onderzocht of er acties op poten gezet konden worden om de opkomst te bevorderen (vb. een fuif, activiteiten aan stemlokalen) ... maar dit is niet toegelaten. Enerzijds is het uitdelen van geschenken tijdens de sperperiode verboden op grond van artikel 194 van het Lokaal en Provinciaal Kiesdecreet van 8 juli 2011. Het zou dus aanleiding kunnen geven tot bezwaren bij de Raad voor Verkiezingsbetwistingen en het risico vergroten op een ongeldigverklaring van de verkiezingen. Anderzijds versterkt het verleiden van mensen om te gaan stemmen door middel van een evenement, de democratie of haar representativiteit niet. De beslissing om te gaan stemmen moet een positieve beslissing zijn die uitgaat van de impact die de stem heeft.

Dienst Marcom waakt erover dat het geheel aan communicatie inzet op verschillende aspecten:

- sensibiliseren over het belang van je stem uitbrengen,
- informeren over hoe een geïnformeerde stem uitbrengen,
- informeren over de praktische kant en activeren.

TIJDSLIJN

Verwachte materiaal beschikbaar: voorjaar 2024

Focus op laatste 100 dagen in aanloop naar 9 juni

Alle onderzoeken, presentaties ... geven aan dat te vroeg starten met communicatie contraproductief is en communicatie het effectiefst is in de periode dat de oproepingsbrief verspreid wordt.

Verkiezingen 13 oktober

CONTEXT

Er geldt geen opkomstplicht meer. In communicatie is het belangrijk om iedere burger te motiveren om zijn stem uit te brengen, met bijzondere aandacht voor volgende doelgroepen:

- Eerste stemmers: 18+
- Ouderen (al gaf in een recente bevraging van OKRA 92.5 % van de bevroagden aan te zullen gaan stemmen)
- Kwetsbare doelgroepen

PLAN VAN AANPAK: INHAKEN OP BESTAANDE INITIATIEVEN

Ook hier zijn reeds heel wat initiatieven opgestart met als doel de opkomst te bevorderen.

> Het **Agentschap Binnenlands Bestuur** plant een informatiecampagne. Extra info hierover is nog niet bekend.

> **SAAMO** met 'Ieders stem telt': campagne van 25 middenveldorganisaties, getrokken door SAAMO. De campagne focust zich op mensen in een kwetsbare situatie en streeft naar de participatie van alle groepen in de samenleving. Materiaal nog niet beschikbaar.

> **Ik stem ook!** Is een initiatief van De Wakkere Burger, LEVL en Orbitvzw. Zij focussen vooral op niet-Belgische kiezers om tijdig te registreren voor de verkiezingen.

> **allemaalpolitiek.be** van Socius, het steunpunt voor sociaal-cultureel werk

> **Ambrassade met 't Is aan u:**

Eén duidelijk merk dat zich richt naar jongeren. Stellen binnenkort affiches, flyers, stickers, content voor sociale media en ander promomateriaal beschikbaar voor partners.

> **Bataljong met 'Debattle':** dienst Jeugd plant met Jeugdraad een samenwerking met Bataljong

> **WATWAT:**

Eveneens een gekend merk en mediakanaal bij jongeren dat uitgebreid

informeert en sensibiliseert zodat jongeren zelf een geïnformeerde keuze kunnen maken.

> **nws.nws.nws** is het nieuwskanaal voor jongeren van VRT, te vinden op Instagram met uitgebreid aanbod rond verkiezingen. VRT ontwikkelt ook een stemtest specifiek gericht op jongeren.

> **onderwijs**: eduboxen ter beschikking gesteld door overheid + in Mechelen extra sensibilisering door netwerk van Europese krachten, opgestart in het kader van Construct Europe.

> **Pointsofview**: een samenwerking van Levuur en Tree company: digitale installaties in de openbare ruimte om met burger in dialoog te gaan.

Ook hier zal veel materiaal en inspiratie ter beschikking worden gesteld. Momenteel is dit nog niet beschikbaar. Ook hier bekijkt dienst Marcom op welke manier hierop ingehaakt kan worden en waar aanvullend materiaal content nodig is.

Uit onderzoek blijkt ook dat een eerste stemervaring cruciaal is. De verkiezingen op 9 juni vormen dan ook een goede gelegenheid om reacties, ervaringen, ambassadeurs te sprokkelen voor een campagne richting 13/10.

- Ook hier waakt de dienst Marcom waakt erover dat het geheel aan communicatie inzet op verschillende aspecten: sensibiliseren over het belang van je stem uitbrengen,
- Informeren over hoe een geïnformeerde stem uitbrengen,
- Informeren over de praktische kant en activeren.

TIJDSLIJN

Verwachte materiaal beschikbaar: voorjaar 2024

Reacties, ervaringen, ambassadeurs sprokkelen na 9 juni

Focus op laatste 2 maanden in aanloop naar 13/10

15/09 dag van de democratie: extra aandacht

Mechelen, 18 januari 2024

Opdracht burgemeester
van 13-11-2023, in toepassing
van artikel 280 decreet lokaal
bestuur

Gert Eraerts
Algemeen directeur

A. Vandersmissen
Schepen