

Bedankt voor het downloaden van dit artikel. De artikelen uit de (online)tijdschriften van Uitgeverij Boom zijn auteursrechtelijk beschermd. U kunt er natuurlijk uit citeren (voorzien van een bronvermelding) maar voor reproductie in welke vorm dan ook moet toestemming aan de uitgever worden gevraagd.

# Boom

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikelen 16h t/m 16m Auteurswet 1912 jo. Besluit van 27 november 2002, Stb 575, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoeding te voldoen aan de Stichting Reprorecht te Hoofddorp (postbus 3060, 2130 KB, [www.reprorecht.nl](http://www.reprorecht.nl)) of contact op te nemen met de uitgever voor het treffen van een rechtstreekse regeling in de zin van art. 16l, vijfde lid, Auteurswet 1912.

Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, [www.cedar.nl/pro](http://www.cedar.nl/pro)).

*No part of this book may be reproduced in any way whatsoever without the written permission of the publisher.*

[info@boomamsterdam.nl](mailto:info@boomamsterdam.nl)  
[www.boomuitgeversamsterdam.nl](http://www.boomuitgeversamsterdam.nl)

## Het CDA als moderne en open netwerkpartij

door *Jan Jacob van Dijk*  
& *Evert Jan van Asselt*

Van Dijk is gedeputeerde in Gelderland en hoogleraar christelijk sociaal denken. Van Asselt is oud-plaatsvervangend directeur van het Wetenschappelijk Instituut voor het CDA.

*Het concept van politieke partijen als ledenverenigingen is achterhaald. Partijen zijn niet meer de spreekbuis van bezorgde burgers met een lidmaatschapskaart. Als een burger iets wil, regelt hij dat wel via de media en niet via een partij. Partijen zelf gaat het ook niet meer om de leden: de kiezers zijn veel interessanter. Het is tijd voor het CDA om zich om te vormen tot een moderne netwerkpartij en zich open te stellen voor iedereen, ook voor niet-leden.*

Wat verklaart het succes van Donald Trump en Bernie Sanders? Twee heel verschillende Amerikaanse presidentskandidaten, met uiteenlopende ideeën, maar allebei mobiliseren ze grote groepen kiezers en laten ze een tegengeluid horen: tegen de elite, tegen de doorgeschoten invloed van de markt. Ze

beloven een keer te brengen in het lot van duizenden. Met de slogan 'Make America great again' belooft Trump de vs er weer bovenop te helpen. De belofte an sich is belangrijker dan de weg ernaartoe. Sanders spreekt jongeren en nieuwe kiezers aan met een voor Amerikaanse begrippen linkse boodschap. Hij wil het rauwe kapitalisme beteugelen en belooft een fatsoenlijk inkomen voor de werkende middenklasse. Dat alles onder de leuze 'A future to believe in'. Trump en Sanders laten een tegengeluid horen dat enorm aanspreekt. Mensen herkennen het. Tegelijkertijd bieden ze hoop dat de toekomst beter wordt. Wat deze twee politici gemeen hebben is dat ze een tegenbeweging weten te mobiliseren die de traditionele politieke partijstructuren onder druk zet.

Waar wordt de tegenbeweging nu door gevoed? Waarom kan deze nu ontstaan en zo'n stevige positie krijgen? Het alomvattende antwoord is: onzekerheid. Niet over het nu, maar vooral over de toekomst. Veel mensen weten niet wat de toekomst hun zal brengen. Zij hebben het nu wel goed, maar weten niet of dat over vijf jaar ook nog zo is. En ze zijn er helemaal niet zeker van wat de toekomst van hun kinderen zal zijn.

Heb ik met de toenemende flexibilisering straks nog wel een baan? En hoe zit het met mijn kinderen: kunnen die straks nog wel een hypotheek krijgen? En die Europese samenwerking, zorgt dat voor extra kansen of juist bedreigingen voor mij? Het antwoord

op deze vragen is voor een belangrijk deel gerelateerd aan het opleidingsniveau. Hoogopgeleiden zien meer kansen, lager opgeleiden meer bedreigingen.

Met onzekerheid kunnen we in het algemeen als mensen slecht omgaan. De ontkerkelijking voegt daar nog een dimensie aan toe. Als het geloof in het hiernamaals is weggevallen, moet het aardse leven wel altijd mooi zijn. Daar past onzekerheid niet in. Die onzekerheid komt nog harder aan omdat overheid en maatschappelijke organisaties lange tijd hebben uitgestraald dat zij de onzekerheden wel konden wegnemen of anders in ieder geval konden helpen om de gevolgen ervan op te vangen, en nu horen we dat ze het niet kunnen – kijk maar naar de aanvullende pensioenen. Dan is de teleurstelling groot en groeit de machteloosheid.

De snelle groei van de tegenbeweging wordt mogelijk gemaakt door de technologie. Een Twitterbericht is snel verzonden; een Facebookactie snel georganiseerd. De sociale media maken snelle verspreiding van nieuws en informatie mogelijk.

In deze bijdrage geven we geen alomvattend antwoord op de onzekerheid in de samenleving. We zouden dan in de oude val trappen, namelijk dat we iets beloven wat we niet kunnen waarmaken. We gaan ook voorbij aan de missie van een politieke partij om een overtuigend vergezicht te schetsen dat perspectief geeft en hoop biedt. We willen op deze plek wel iets proberen te zeggen over de manieren waarop politieke partijen kunnen bijdragen aan het vinden van oplossingen, of in ieder geval de geluiden van onzekerheid kunnen kanaliseren. Die functie lijkt de politieke partij namelijk verloren te hebben.

\* \* \*

Laten we beginnen met te constateren dat politieke partijen moeite hebben met de hiervoor genoemde tegenbeweging. Ook het CDA heeft het antwoord nog niet gevonden. Negeren van tegenbewegingen werkt niet en gedogen evenmin. Dus moeten we ermee leren omgaan. Ondertussen kalft het ledental af en wil het in de peilingen niet erg vlotten. Bovendien zijn veel kiezers zwevend, of ze stemmen helemaal niet meer. Dat maakt het beeld voor de traditionele politieke partijen somber. Hebben ze nog wel bestaansrecht in het huidige mediatijdperk?

Allereerst constateren we dat de betrokkenheid van de leden bij politieke partijen in de jaren zeventig groter was dan nu. Er was meer discussie binnen partijen over het beleid. De leden waren eigenaar van de partij. Die cultuur is verdwenen: de besturen worden met moeite bemend; de ledenvergaderingen zijn alleen interessant als er lijsten moeten worden vastgesteld, maar verder is de belangstelling minimaal. Niemand voelt zich meer eigenaar van de partij. Als een burger iets wil, regelt hij dat via de media en niet meer via de politieke partij.

In het verleden was een politieke partij de verbindingsschakel tussen aan de ene kant de burger en aan de andere kant het bestuur van het land, de provincie of de gemeente. De partij vertaalde de wensen vanuit de samenleving en vanuit verschillende groeperingen in de achterban. Ze was een soort interface. Die houding lijkt verdwenen, in ieder geval bij de traditionele middenpartijen. Die spreken nog maar voor een beperkt deel van de bevolking, en niet meer voor iedereen.

Onder invloed van de media is de politiek in grote mate entertainment geworden. De gene met de beste oneliner wint het debat. Door daaraan mee te doen maakt de politiek

zichzelf onderdeel van dat proces. De burgers zien dat en beschouwen de politiek dan vanaf de tribune: als toeschouwer. Ze zijn geen deelnemer meer. En eigenlijk gaat het de politieke partij ook niet meer om de leden: de kiezers zijn veel interessanter. Dus springt ze over de leden heen naar de kiezer. Daarmee wordt het einde van de politieke partij ingeluid.

Wanneer de leiders van een partij niet meer geïnteresseerd zijn in de opvattingen van de achterban, verliest een partij haar interfacefunctie. Het gevolg is dat diezelfde achterban zich afkeert van de partij. Een populistische partij heeft dat probleem per definitie niet, omdat ze pretendeert de stem van het volk te vertolken. Daarom zijn leden ook niet nodig of is de invloed van de leden beperkt.

\* \* \*

Politieke partijen hebben verschillende opties om hierop te reageren. De eerste optie is om de populistische partijen na te volgen. Een partij zonder leden met een sterke man en een Twitteraccount blijkt heel effectief. Voor een gemeenschapspartij als het CDA is dit geen optie. Een alternatief is de optie van de SP: strak georganiseerd met veel actieve en betrokken leden. Alleen: de invloed van de leden op de koers van de partij is gering. Het is de top die de lijnen uitzet en de koers bepaalt. In dat opzicht is de SP net zo top-down als de PVV. Die top-down benadering past niet bij het DNA van het CDA, waar 'gespreide verantwoordelijkheid' nog steeds een kernbegrip is. Dan is er nog een derde geluid, namelijk de

## *Burgers bekijken de politiek vanaf de tribune: als toeschouwer*

opvatting dat de boodschap inhoudelijk wel goed is, maar dat we deze niet goed weten te verkopen. Als we de marketing goed doen, dan komen we er wel. Maar ook deze optie is niet realistisch. Het gaat niet alleen om de marketing: het gaat om de betekenis van een politieke partij in een veranderende samenleving en democratie. En dat vraagstuk lossen we niet op met een beetje marketing.

Laten we eens anders denken en ons laten inspireren door de ontwikkelingen om ons heen.

Zo zijn vele organisaties op zoek naar hun bestaansrecht. De wereld is veranderd, de vragen zijn anders, en de behoefte aan andere antwoorden is groot. Dat geldt niet alleen voor de politiek, maar evenzeer voor maatschappelijke organisaties, voor ondernemingen en voor de overheid. Er zijn verschillende inspirerende voorbeelden. In de eerste plaats zijn de voorbeelden in de marktsector interessant. Uitgaande van de gedachte dat bezit minder belangrijk wordt gevonden en het belang van luxe, gemak en gebruik daarentegen toeneemt, is het interessant om te zien hoe ondernemingen hiermee omgaan. Binnen die deeleconomie komen nieuwe fenomenen op, zoals Goboony (deel je camper), Peerby (leen spullen van mensen in je buurt) en SnappCar (auto huren bij je burens). Dit zijn allemaal ondernemingen of platforms die op een of andere manier het gebruik of de dienst centraal stellen en het bezit achterwege laten. Ze breken, met behulp van slimme inzet van ICT, bestaande markten open.

Het laat zien dat er nieuwe manieren zijn om gemeenschappen te bouwen, nieuwe manieren om mensen met elkaar te verbinden. Het sluit aan bij de grote verscheidenheid aan voorkeuren. Mensen kiezen zelf hun camper, gereedschap of auto en bieden er een aan onder hun condities. De onderlinge beoordelingen, van aanbieder én klant, zorgen voor werking van het reputatiemechanisme.

Het gaat bij couchsurfen nog iets verder. Je stelt een bed gratis ter beschikking aan een ander, waarbij jij ook bij een ander een bed kunt gebruiken. Er is geen vaste vergoeding, maar je moet wel je persoonsgegevens en andere zaken beschikbaar stellen, opdat een ander weet wat voor vlees hij in de kuip heeft. Zo worden nieuwe gemeenschappen geschapen. Wat deze gemeenschappen kenmerkt is dat ze mensen verbinden met een gelijk belang, een gelijke wens of een gelijke achtergrond. Het zijn in bepaalde opzichten dus redelijk homogene groepen.

\* \* \*

Het CDA kan hiervan leren. Het is in zijn aard een gemeenschapspartij, maar in de praktijk valt het tegen om de partij van onderop te organiseren. De christendemocratische beginselen zijn noodzakelijk als basis, maar dat leidt niet vanzelf tot een structuur waarin gelijkgestemden elkaar kunnen ontmoeten. Dat is deels op te lossen door meer naar deelbelangen te kijken, zoals specifieke doelgroepen of thema's. Zo functioneren binnen de partij groepen voor ondernemers, vrouwen, jongeren, dertigers, ouderen. Het zou ook goed kunnen voor thema's als landbouw, economie, vergrijzing, privacy, de woningmarkt of wat dan ook. Geen structuren, maar

platforms. Geen afdelingen, maar netwerken. En als ze vinden dat de partij een politieke uitspraak moet doen, dan dienen ze hun politieke resoluties in tijdens het partijcongres. Een mooie open structuur die iedereen invloed geeft. En als ze slim zijn, zoeken ze steun bij andere netwerken om de partij van hun standpunt te overtuigen. Net zoals in de echte wereld. De deelname aan die platforms hoeft geenszins beperkt te blijven tot leden. Het past bij een moderne partij om die netwerken open te stellen voor iedereen, ook voor niet-leden.

De technologische ontwikkelingen maken het mogelijk om op een simpele manier deze platforms in het leven te roepen. En er zijn nog talloze andere manieren waarop de leden nauwer betrokken kunnen worden bij de beleidsbepaling van de partij. Zo kan de fractie ook vaker gebruikmaken van community's om de meningen en voorkeuren van de achterban te peilen over ingewikkelde en gevoelige vraagstukken. Deze kunnen dan als een richtinggevend advies aan de fractie worden opgevat, of inzicht geven in de argumenten die zwaar wegen voor de achterban. Zo kunnen we op verantwoorde wijze de directe democratie en de representatieve democratie dichterbij elkaar brengen.

Het belangrijkste effect zal echter zijn dat de achterban weer het gevoel krijgt dat de fractie er weer voor hem is. Dat hij invloed heeft op de koers van de partij. Dat het weer zijn cluppie wordt. En dat de partij met behulp van de technologie terugkeert naar waar ze vandaan kwam: een partij met een brede basis en met goed contact met de samenleving.