

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) 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).

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

info@boomamsterdam.nl
www.boomuitgeversamsterdam.nl

Eerst het zuur dan het zoet

Het CDA verloor deze verkiezingen vier zetels en werd tegelijkertijd de vierde partij van Nederland. Hoe moet de partij deze verkiezingsuitslag interpreteren? Is deze te wijten aan een slechte campagne, of is er meer aan de hand?

door **Hielke Onnink en Niels Honkoop** De auteurs zijn respectievelijk voorzitter en vicevoorzitter van het CDJA.

Structurele uitdagingen

Wie een antwoord wil op de vragen uit de intro, zal eerst moeten stilstaan bij de structurele ontwikkelingen waar het CDA mee te maken heeft. Het CDA bevindt zich in een sterfhuisconstructie. Het ledenbestand loopt leeg¹ en de grootste electorale concurrent is het kerkhof. Daar komt bij dat het CDA onder jonge kiezers zeer slecht scoort.²

Het tweede structurele probleem voor het CDA is de ontzuiling en secularisering van Nederland. Niet alleen kent Nederland steeds meer niet-christelijke kiezers, maar bovendien stemt de christelijke kiezer steeds vaker op partijen zonder christelijke wortels.³ Het CDA slaagt er onvoldoende in om zowel christelijke als niet-christelijke kiezers te binden rondom een gemeenschappelijk verhaal.

Tot slot heeft het CDA een imagoprobleem. Uit interne peilingen blijkt dat de partij wordt gezien als ouderwets, kleurloos en voor oude mensen. 60 procent van de Nederlanders

geeft aan dat het CDA niet een partij is waar je bij wilt horen.⁴

Deze uitdagingen zijn niet nieuw. De partij schrijft er al jaren evaluatierapporten vol over. De commissie-Frissen schreef in 2010: 'Het CDA is geïsoleerd geraakt van de opkomende netwerksamenleving, die weinig meer opheeft met de klassieke partijen en structuren van naoorlogs Nederland.'⁵ De commissie-Rombouts riep in 2013 op om het rapport-Frissen uit te voeren.⁶ De commissie-Krijger gaf daar in 2019 weer haar eigen codes en taal aan: 'Het ontbrak aan diepgang; aan een duidelijk, onderscheidend en toekomstgericht CDA-verhaal met concrete uitgewerkte plannen en ideeën.'⁷ Het CDA speelde op safe en verloor daarmee structureel in de steden en onder jongeren.⁸

Het CDA kent zijn opdracht, maar pakt deze niet op. Wie cynisch is, zou een nietje kunnen slaan tussen oude rapporten en deze als 'evaluatie 2021' aanbieden – het zou de partij een langdurig evaluatieproces besparen.

De evaluatie van 2021 kan, zoals Ingrid van Engelshoven zou zeggen, ‘quick and dirty’.

Het resultaat

Het verkiezingsresultaat bevestigt dit. De uitslag laat zien dat op geen van de geschetste structurele problemen een geslaagd antwoord is gevonden. Het CDA had deze verkiezingen het oudste electoraat van alle partijen; ouder dan 50PLUS. De partij verloor de meeste stemmen aan het kerkhof, gevolgd door de VVD en D66. Tegen de legendeforming: het CDA verloor slechts 1 procent van zijn kiezers aan de BoerBurgerBeweging.⁹ In tegenstelling tot wat vaak in het CDA beweerd wordt, verloor het CDA niet de boze en teleurgestelde burger. Het CDA zou in 2017 nog als vluchtheuvel voor hen fungeren.¹⁰ De partij verloor juist haar constructieve kiezer aan alle hoeken van het politieke spectrum.

Opvallend is ook het verlies onder jongeren.

Slechts 30 procent van de jongeren (18-34 jaar) uit 2017 bleef het CDA trouw. Onder jongeren verloor het CDA het meest aan thuisblijvers: 11 procent, gevolgd door 10 procent Volt en 10 procent VVD. Als alleen jongeren mochten stemmen, behaalde het CDA 7 zetels, en de VVD zou de grootste zijn. Ter vergelijking: bij de Europese Parlementsverkiezingen in 2019 stemden nog meer jongeren CDA dan VVD.¹¹

Wie dacht dat het CDA niet nóg dieper kon zakken in de steden, heeft het ook mis. Net als in de provincie zien we daar een relatief verlies van 20 tot 40 procent. Doordat kaartjes vaak rekenen met procentpunten, geeft het verlies op kaarten een vertekend beeld.¹² Tot slot is het opvallend dat het CDA-electoraat nog maar voor 40 procent uit vrouwen bestaat. Kortom, het CDA is een partij van oude grijze mannen uit de provincie geworden.

Wat ging er mis?

Heeft het CDA dan niks gedaan om deze structurele uitdagingen aan te pakken?

Zeker niet. In november 2019 lanceerde het Wetenschappelijk Instituut in opdracht van de partij het rapport *Zij aan zij*.¹³ Met deze perspectiefnota gaf het CDA taal en codes aan de uitdagingen van het komende decennium.

In plaats van dit rapport te omarmen en breed uit te dragen, liet de partij zich uit het veld slaan over een enkel zinnetje over landbouw.¹⁴ Dat is gek. Uit de vele zogenoemde 2030-Talks in het land bleek dat *Zij aan zij* enthousiast werd gedragen door partijleden. De daaropvolgende concrete uitwerking van het CDJA, *Geloof in Nederland*, getuigt daarvan,¹⁵ evenals het definitieve *Zij aan zij*.¹⁶ Alhoewel in het verkiezingsprogramma veel van *Zij aan zij* en *Geloof in Nederland* terugkomt,¹⁷ heeft het CDA onvoldoende deze nieuwe taal en codes uitgedragen. De fractie bedacht dat het wijs was om tijdens de laatste algemene beschouwingen nog met een compleet nieuwe visie te komen, namelijk die van de

In tegenstelling tot wat vaak wordt beweerd, verloor het CDA niet de boze en teleurgestelde burger

coöperatieve samenleving.¹⁸ In de campagne was dan ook weinig terug te zien van *Zij aan zij*.

Achteraf gezien had het CDA deze campagne thematisch goud in handen. De belangrijkste thema's voor kiezers waren deze campagne gezondheidszorg (64 procent), normen en waarden (61 procent) en betrouwbaarheid van de overheid (61 procent).¹⁹ Op gezondheidszorg is geen enkele partij *issue owner*, maar op normen en waarden is dat het CDA.²⁰ Met het verhaal van Pieter Omtzigt over een nieuw sociaal contract²¹ heeft het CDA een zeer aansprekend verhaal om die opdracht op te pakken. De partij is echter onvoldoende in staat geweest om aanvullend de campagne in te gaan op haar eigen thema's, waar de kiezer bij deze verkiezingen nu juist het meest behoefte aan had.

Het CDA heeft deze campagne evenmin gestreden tegen de VVD. De werkelijke uitdager bleek het coronavirus. Het virus zorgde eerst voor een late lijsttrekkerswissel, en dwong de campagne daarna tot foutjes. Bovenal zorgde een toename van besmettingen, in tegenstelling tot de verwachte daling, ervoor dat de kiezer het hart onvoldoende kon openen voor een postcoronaverhaal over 'doorpakken'.

Er gingen ook dingen wel goed. Waar na de campagne van 2017 nog geklaagd werd over gebrekkige financiën en de daardoor noodzakelijke profilering richting de *somewheres*, de bezorgde burgers wonend in de provincie,²² heeft de partij deze verkiezingen grote stappen gezet om meerdere kiezersgroepen te bereiken. Het CDA heeft flink geïnvesteerd in zijn onlinemachine de afgelopen jaren. Daardoor heeft de partij kiezersgroepen specifiek kunnen identificeren en benaderen. Het CDA heeft

De partij heeft kiezersgroepen specifiek kunnen identificeren en benaderen

hierdoor gericht kunnen inzetten op steden en jongeren. Alhoewel wellicht deze verkiezingen het effect daarvan tegenvalt, blijven de verzamelde data én de opgedane ervaring beschikbaar voor de partij, ook voor komende verkiezingen.

Ook via de profilering van Wopke Hoekstra en een nieuwe huisstijl heeft het CDA een nadrukkelijke poging gedaan om nieuwe kiezersgroepen aan te spreken en het imago van de partij te verbeteren. Politicoloog Matthijs Rooduijn analyseert dat het CDA Hoekstra heeft neergezet als een daadkrachtig en vernieuwend leider en als iemand met vooruitstrevende opvattingen.²³ Door tegelijkertijd Hoekstra als familieman te personaliseren, kan het CDA een veilige beweging maken naar jonge, kosmopolitische en meer progressieve kiezers.

Dat dit uiteindelijk onvoldoende uit de verf

is gekomen is te verklaren. Iedereen weet door welke scheve schaats het imago van Hoekstra en het CDA geschaad werd. Wat betreft de nieuwe huisstijl kan men zich afvragen of die niet te laat kwam, en ook of die wel in lijn was met de diepe economische en maatschappelijke crisis waar de samenleving zich in bevindt.

Hoe nu verder?

Deze verkiezing bracht het CDA de op één na slechtste uitslag in zijn partijgeschiedenis, en tegelijkertijd was dit de eerste campagne waarbij gepoogd werd, zij het klein, om het structurele tij te keren. Na het zuur komt het zoet, als het CDA tenminste stevig doorpakt met het keren van de structurele problemen. Daarvoor moet de partij nog wel het volgende doen.

Ten eerste: inhoud

Wie een van de 39.000 CDA-leden midden in de nacht wakker maakt en vraagt waar het CDA voor staat, krijgt waarschijnlijk evenveel verschillende antwoorden. Dat moet weer één duidelijk en sterk verhaal worden.

De analyses die het CDA maakt over de uitdagingen voor de eenentwintigste-eeuwse samenleving zijn goed, leven in de samenleving, en zijn al in meerdere rapporten opgeschreven. Er is een grote hang naar minder individualisering en meer samenleving, waarbij waarden en normen centraal staan. Er is behoefte aan een dienstbare en betrouwbare overheid die burgers niet behandelt als potentiële fraudeurs, en die niet van klimaatcrisis, naar migratiecrisis, naar stiftstofcrisis holt.

Er zijn daarom genoeg kansen voor het CDA, maar de partij moet haar visies van *Zij aan zij*, het nieuwe sociaal contract, de coöperatieve samenleving en al die andere rapporten wel tot een samenpakkend en begeisterend verhaal maken, zodat ieder gewekt CDA-lid hetzelfde zegt. Daarbij is het essentieel dat de partij een aantal thema's vindt waarop het issue owner kan worden.

Momenteel is het CDA alleen op waarden en normen issue owner, en dat is te weinig voor een goede uitgangspositie in een volgende campagne.²⁴

Ten tweede: de organisatie

Is het CDA in staat om met dezelfde politiek verantwoordelijken van de afgelopen jaren deze omslag te maken? Dat is een van de eerste vragen die de interim-voorzitter moet beantwoorden.

Oud-partijvoorzitter Rutger Ploum sprak over verdiepen, vernieuwen, verbreden. Dat betekent meer oog hebben voor talent en kwaliteit, en minder vervallen in particularistische belangen. Het CDA zal dus nog meer een beroep moeten doen op zijn jongeren en ander nieuw talent. Toekomstige ministers en lijsttrekkers worden bij de eerstvolgende gemeenteraadsverkiezingen gekweekt als jongeren een kans krijgen op een verkiesbare plek op de lijst.

Ook op landelijk niveau kunnen jongeren meer gehoord worden. De positie van het CDJA wordt in tegenstelling tot die van andere jongerenorganisaties stukje bij beetje verminderd. In de jaren '80 zat het CDJA in het dagelijks bestuur van het CDA. Later werd dat het partijbestuur, nu is het de verenigingsraad. Het laatste voorstel van het Landelijk Bestuur is om de geborgde zetels in afdelingsbesturen af te schaffen. Niks vernieuwen en verbreden, maar vergrijzen en versmallen.

Het CDA is niet alleen een grijze partij aan het worden, het wil dit blijkbaar ook zijn. Dat mag, maar wees dan eerlijk: dan kun je fuseren met 50PLUS, zoals in het Europees Parlement al gebeurd is.

Na de verkiezingsnederlaag is een groot deel van de fractiemedewerkers in de Tweede Kamer de wacht aangezegd. Begrijpelijk, want bij verlies zul je ook financieel moeten inleveren, maar dit betrof wel voor een groot deel de jonge garde. Ergens is het wrang dat we tijdens de campagne hoog van de toren blazen over meer vast werk voor jongeren, en dat vervolgens zelf

niet nakomen. Als CDA doen we er goed aan om jong talent te signaleren en zo veel mogelijk aan ons te binden, als werkgever, als netwerk én als vereniging.

Ten derde: marketing en imago

Tot slot heeft het CDA een serieus imagoprobleem. Zoals eerder aangegeven zegt 60 procent van de Nederlanders dat het CDA een partij is waar je niet bij wilt horen, maar de ontzuiling en de secularisatie brengen een tweede probleem met zich mee: in de beeldvorming van jonge niet-christelijke kiezers is het CDA een christelijke partij. Het CDA moet zijn imago op dit punt oppoetsen, want terwijl 40 procent van de kiezers het CDA niet eens in overweging neemt door de C in de naam, wijst slechts 6 procent van de Nederlanders onze kernboodschap af.²⁵

Hoe dan? Met de leus 'Schwarz macht geil' ging de huidige premier van Oostenrijk, Sebastian

Het CDA is niet alleen een grijze partij aan het worden, het wil dit blijkbaar ook zijn

Kurz, in 2010 succesvol naar de stembus.²⁶ De EVP-collega's uit Oostenrijk zijn vandaag de dag de grootste onder jongeren. De opdracht is dus eigenlijk om de christendemocratie weer 'sexy' te maken – zoals ze in zekere zin was onder de hoede van Ruud Lubbers en Jan Peter Balkenende. Een kwart van de jongeren stemde Balkenende.

In goede tijden voor het CDA zijn vorm en inhoud matchend en uniek. Daarnaast ligt er een opdracht om de christendemocratie beter neer te zetten als politieke overtuiging, in plaats van een soort politieke geloofsbelijdenis. Ook kan het CDA zich nog meer profileren als brede volkspartij met authentieke personen: gelovig én niet-gelovig, jong én oud, uit de stad én uit de provincie, autochtoon én allochtoon. Wij hebben die mensen in huis.

Het CDA staat op een kantelpunt in zijn

bestaan. Als de huidige trend voortzet en er geen nieuwe kiezersgroepen worden aangesproken,

Nederland heeft een scherp tegengeluid nodig tegen de populistische flanken én het liberale individualisme

zal het CDA inkrimpen tot een partij in de marge, zonder ooit weer de rol van betekenis

te spelen die ze ooit had. Maar niet alleen voor de partij zelf is het van belang dit tij te keren:

het eenentwintigste-eeuwse Nederland heeft een scherp tegengeluid nodig tegen de populistische flanken enerzijds en het liberale individualisme anderzijds. Dat geluid moet een CDA-geluid zijn. Het kan, als we willen. Uiteraard staan wij,

en met ons vele andere jonge christendemocraten, klaar om hieraan een bijdrage te leveren.

-
- 1 Documentatiecentrum Nederlandse Politieke Partijen, 'Ledentallen van politieke partijen', dnpp.nl, 18 februari 2021. Zie <https://dnpp.nl/themas/leden>
 - 2 Matthijs Rooduijn, 'Plaatjes van de electoraatjes: het CDA', StukRoodVlees, 25 februari 2021. Zie <https://stukroodvlees.nl/plaatjes-van-de-electoraatjes-het-cda>
 - 3 Thomas Borst, "'Helpt christelijke kerkgangers stemt op seculiere partij'", NRC, 5 maart 2021. Zie www.nrc.nl/nieuws/2021/03/05/helpt-christelijke-kerkgangers-stemt-op-seculiere-partij-a4034336
 - 4 Interne Motivaction-peiling, 29 december 2020.
 - 5 Léon Frissen e.a., *Verder na de klap. Evaluatie en perspectief. Rapport commissie-Frissen*. Den Haag: CDA, november 2010, p. 64.
 - 6 Ton Rombouts e.a., *Om eenheid en inhoud. Evaluatie Tweede Kamerverkiezingen 2012. Rapport commissie Rombouts*. Den Haag: CDA, 27 oktober 2012.
 - 7 Alex Krijger e.a., *Nu kiezen. Voor een brede volkspartij met lef en perspectief. Evaluatie verkiezingen 2019*. Den Haag: CDA, september 2019, p. 30.
 - 8 Krijger e.a. 2019.
 - 9 Eelco Hartevelde en Sjoerd van Heck, 'Onderzoek nu zelf de kiezersstromen: wisselvallig maar voorspelbaar', StukRoodVlees, 23 maart 2021. Zie <https://stukroodvlees.nl/onderzoek-nu-zelf-de-kiezersstromen-wisselvallig-maar-voorspelbaar>
 - 10 Hans Janssens, 'De brede volkspartij als waarborg en tegenwicht voor populisme', *Christen Democratische Verkenningen* 36 (2017), nr. 2, pp. 104-110.
 - 11 Ipsos, *EPI9. Verkiezingsonderzoek Ipsos in opdracht van de NOS*. Amsterdam: Ipsos, 29 mei 2019.
 - 12 Nederlands Dagblad, 'Tweede Kamerverkiezingen 2021', Verkiezingsite.nl, maart 2021. Zie <https://verkiezingsite.nl>
 - 13 Wetenschappelijk Instituut voor het CDA, *Zij aan zij. Toekomstperspectief voor Nederland in 2030. Uitnodiging tot discussie*. Den Haag: CDA, 2019.
 - 14 Zie over deze kwestie verschillende artikelen in het gedeelte 'Actualiteit' van het vierde CDV-nummer uit 2019.
 - 15 Niels Honkoop, Arne de Kruijf, Reinder van Meijeren en Hielke Onnink, *Geloof in Nederland. Aanzet tot een verkiezingsprogramma voor het CDA*. Den Haag: CDJA, 2020.
 - 16 Wetenschappelijk Instituut voor het CDA, *Zij aan zij. Toekomstperspectief voor Nederland in 2030*. Den Haag: CDA, 2020.
 - 17 CDA, *Nu doorpakken. Verkiezingsprogramma 2021-2025*. Den Haag: CDA, 2020.
 - 18 Gijs Herderscheê, 'Terug naar de basis: CDA verklaart de "Haagse tekentafels" failliet', *de Volkskrant*, 13 september 2020. Zie <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/terug-naar-de-basis-cda-verklaart-de-haagse-tekentafels-failliet-b05160ae>
 - 19 NOS Nieuws, 'Verkiezingen in cijfers: hoge opkomst onder jongeren en zorg belangrijkste thema', nos.nl, 18 maart 2021. Zie <https://nos.nl/collectie/13860/artikel/2373083-verkiezingen-in-cijfers-hoge-opkomst-onder-jongeren-en-zorg-belangrijkste-thema>
 - 20 Peter Kanne en Milan Driessen, *De TK-verkiezingen van 2021: terug- en vooruitkijken. Rapport*. Amsterdam: I&O Research i.o.v. *de Volkskrant*, februari 2021.
 - 21 Pieter Omtzigt, *Een nieuw sociaal contract*. Amsterdam: Prometheus, 2021.
 - 22 Nelleke Weltevrede en Herman de Vries, 'Waarom politieke marketing onmisbaar is voor het CDA', *Christen Democratische Verkenningen* 38 (2018), nr. 3, pp. 26-30.
 - 23 Rooduijn 2021.
 - 24 Kanne en Driessen 2021.
 - 25 Interne Motivaction-peiling, 27 januari 2021.
 - 26 Martin Thür, "'Schwarz macht Geil' - JVP Wahlkampauftakt 2010', YouTube, 23 november 2015. Zie www.youtube.com/watch?v=SsBWC7zie94