

Nieuwe wegen in aanleg

CDA
1998
15

Nieuwe wegen in aanleg

DOCUMENTATIECENTRUM
NEDERLANDSE POLITIEKE
PARTIJEN

Rapportage van de werkgroep logistieke en
technische aspecten
CDA - campagnes 1998

juli 1998



Inhoud

	Voorwoord	7
I	Inleiding	
	- Aanleiding, opdracht, werkwijze	9
II	Verkiezingsuitslag	
	- De uitslag van de verkiezingen in 1998 nader beschouwd	12
III	Campagne	
	- De aanloop, voorbereiding, 'campagne voeren doe je samen'	19
	- Uitvoering: bevindingen en conclusies van de 'rondetafel- gesprekken'	20
	- Het beeld van derden	28
IV	Aanbevelingen	30
	Bijlagen	
	A Taakopdracht van de werkgroep	31
	B Lijst van respondenten	33
	C Literatuuropgave; overige bronnen	34
	D Samenstelling werkgroep	35

Voorwoord

Winnen doe je met elkaar, zoals je ook samen verliest. Immers, samenlevèn doe je niet alleen.

De toekomst in, met ervaring van vandaag en gisteren.

Het zijn noties die bijblijven uit de discussies die in de partij zijn gevoerd direct na de bekende 6-mei-uitslag.

De opdracht van het Partijbestuur aan de werkgroep heeft die achtergrond. Verdere kenmerken: alle geledingen van de partij betrekken, snelheid van handelen en dienstbaar aan volgende campagnes.

De voorbije weken zijn leerzaam geweest; ze hebben kritiek opgeleverd, suggesties en temperament. Ze hebben ook het CDA ten voeten uit getoond: onderling betrokken, gemotiveerd, constructief.

De werkgroeprapportage is geen panacee voor alle kansen en bedreigingen. Het wil wel een versnelling zijn op de nieuwe wegen die de partij gaat.

drs. G.H. Groenendijk
*voorzitter Werkgroep technische en
logistieke aspecten van de campagnes 1998*

I Inleiding

Woensdag 4 maart 1998 liet een verkiezingsuitslag voor het CDA zien die relatief gunstiger was dan voorspeld.

Woensdag 6 mei 1998 bracht het CDA niet wat de partij ervan had gehoopt en verwacht. De uitslag van de Tweede Kamerverkiezingen viel tegen.

In haar vergadering van 8 mei jongstleden heeft het Partijbestuur een werkgroep ingesteld, met de opdracht in kaart te brengen wat er in het campagnetraject goed en fout is gegaan. De werkgroep is aan een strak tijdschema gebonden: haar rapportage moet op de bijeenkomst van het Partijbestuur van 29 juni 1998 beschikbaar zijn.

De werkgroep heeft haar onderzoek verricht langs een drietal wegen:

‘Rondetafelgesprekken’ met alle Provinciale Afdelingen/Kamerkringen.

Dit waren gesprekken met ‘dwarsdoorsneden’ uit de grote groep mensen die actief en intensief in het operationele traject van de campagne waren betrokken. Desgewenst met het door de werkgroep opgestelde standaard enquête-formulier werden de technische en logistieke aspecten van de campagne besproken. Dergelijke sessies zijn ook gehouden met het Landelijk/Permanent Campagneteam (LPC), de Kamerkringsecretarissen, de Verenigingsconsulenten en de werkgroep Politieke Partij Nieuwe Stijl.

Ook de verslagen van de vergaderingen van Dagelijks Bestuur, en Partijbestuur waarbij dit onderwerp aan de orde was, alsmede dat van de Voorjaarspartijraad 1998 zijn meegewogen. Daarnaast zijn de schriftelijke reacties van leden in het onderzoek betrokken. Zo ontstond een beeld over de beleving en waardering van de CDA-campagne door het eigen kader.

Externe consultatie

Teneinde het beeld van de campagne verder te objectiveren is, conform de wens van de Partijraad van 6 juni 1998, besloten om ook de visie en mening van externe deskundigen op het terrein van communicatie en marketing te horen. Daartoe is gesproken met een aantal vertegenwoordigers uit de (parlementaire) journalistiek, radio en televisie, bedrijfsleven en maatschappelijk middenveld.

Bronnenonderzoek

In juli 1994 verscheen het Evaluatierapport van de commissie-Gardeniers, dat de oorzaken van de Verkiezingsuitslag 1994 in kaart bracht. De aanbevelingen uit dat rapport zijn vertrekpunt geweest op weg naar de campagne 1998. Sindsdien zijn een aantal documenten vervaardigd in het kader van de campagnevoorbereiding. Ter voorbereiding van de 'rondetafelgesprekken' zijn deze stukken geanalyseerd.

De werkgroep heeft in het zeer korte tijdsbestek dat haar voor de werkzaamheden is bemeten, meer dan 100 personen van binnen en buiten de partij gesproken. De respondenten van buiten de partij toonden zich objectieve en constructieve gesprekspartners. De werkgroep heeft een grote groep mensen van binnen de partij gesproken; allen zeer betrokken en gemotiveerd. De werkgroep ervaart een grote bevlogenheid en strijd lust om de uitdaging waar de partij voor staat aan te gaan. Hoewel het niet tot de taakopdracht behoort, is de werkgroep gebleken, dat er breed draagvlak is voor de politieke koers, zoals verwoord in het verkiezingsprogramma 'Samenleven doe je niet alleen'. De werkgroep constateert tevens vertrouwen in de politieke vertegenwoordigers, die dit program uitdragen.

De werkgroep komt op grond van haar onderzoek tot de hoofdconclusie, dat de partij meer moet investeren in de professionalisering van campagnecommunicatie en de campagneregie. Eerdere aanbevelingen van de evaluatiecommissie 1994 hebben tot nog toe te weinig gestalte gekregen.

De werkgroep constateert, dat het beeld van de campagne 1998 kan worden beschreven als 'Nieuwe wegen in aanleg': er is veel overhoop gehaald, er is veel potentieel, maar geplaveid is de weg bepaald nog niet. De verkiezingen kwamen te vroeg om de omslag om te zetten in stemmenwinst.

De werkgroep stelt vast, dat in de campagneopzet onvoldoende is voorzien in de vraag die de gewijzigde maatschappelijke context en de cultuuromslag in de partij stellen aan de communicatiestrategie. Dat vertaalt zich in twee hoofdnoties, te weten een inadequate externe en een haperende interne campagnecommunicatie enerzijds en een te ondoorzichtige campagneregie anderzijds. Dat laat onverlet, dat de betrokkenen de onderlinge sfeer in de gevoerde campagne als eensgezind hebben ervaren. Hoewel de stelling, dat ongemak onderling solidariseert voor de hand ligt, leidt de werkgroep uit de gevoerde gesprekken echter af, dat die sfeerbeleving terug te voeren is tot een vast vertrouwen in het CDA-verhaal en de verbeterde interne verhoudingen.

In voorliggende rapportage wordt na deze inleiding in hoofdstuk 2 ingegaan op de verkiezingsuitslag. In hoofdstuk 3 wordt uitvoerig ingegaan op de bevindingen uit de 'rondetafelgesprekken'. Daarna volgen een aantal aanbevelingen gericht op komende campagnes.

De werkgroep doet verslag van een korte, maar hevige periode, waarin haar de veerkracht en ongebroken motivatie van de CDA-ers eens te meer is gebleken. De vele respondenten, die agenda's omgoiden, ter elfder ure werden opgetrommeld, geven aan de mouwen op te willen stropen en verder te bouwen aan de nieuwe wegen.

II Verkiezingsuitslag

1 Inleiding

De uitslag van de verkiezing van de Tweede Kamer was voor het CDA teleurstellend. Het is nog te vroeg om reeds nu diepgaande conclusies te trekken over de achtergronden van het stemgedrag van het Nederlandse electoraat. Pas eind 1998 zal het Nationaal Kiezersonderzoek 1998 gepresenteerd worden, waarin onder andere onderzoek gedaan is naar stemmotivatie, herkomst van de stemmen en sociologische en demografische achtergronden.

Desondanks bieden de uitslagen zelf, het exit-poll onderzoek van bureau Interview, de vele onderzoeken die door andere bureaus rond de verkiezingen zijn gedaan en ander beschikbaar materiaal voldoende aanknopingspunten voor een eerste beschouwing.

Het CDA heeft bij de Tweede Kamerverkiezingen van 6 mei 3.8 procent verloren en ging daarmee van 34 naar 29 zetels. Deze terugval volgde op de verkiezingen van 1994, waarbij de fractie van 54 naar 34 zetels ging.

Welke aspecten zijn van belang geweest bij de positionering van het CDA in de campagne van 1998?

Op de lange termijn heeft het CDA, meer dan andere partijen te maken met twee processen die de omvang van het potentieel electoraat beïnvloeden.

- Het CDA heeft, afgezien van de kleine christelijke partijen relatief de meest vergrijsde achterban. (Hoewel onder 18 - 24-jarigen het CDA de tweede partij is)
- Het proces van ontzuiling: Hoewel het zwaartepunt van dit proces in de jaren zestig en zeventig ligt, is nog steeds effect op het potentieel electoraat van het CDA merkbaar. Het gevolg van dit proces is een toegenomen mobiliteit van het electoraat. Gemakkelijker wordt van partij gewisseld en de uiteindelijke stemkeuze wordt vaak pas laat bepaald. Dit biedt enerzijds kansen om nieuwe kiezers te binden, maar is ook een risico. In de week voorafgaande aan 6 mei wist 20 procent van de kiezers nog niet op welke partij zij zouden stemmen.

Voor wat betreft de korte termijn kan allereerst worden gewezen op de voortdurende euforie rond het paarse kabinet. Met de economische wind in de rug heeft het kabinet-Kok gemiddeld het vertrouwen van zo'n 40 à 50 procent van de kiezers. Een belangrijk deel van het electoraat is dan ook voor een voortzetting van de huidige coalitie. De fictieve premierstrijd tussen Kok en Bolkestein heeft een voldoende profilering van het CDA bemoeilijkt.

Met het doorbreken van de oude links-rechts-tegenstelling komt de positie van het CDA onder druk.

Een belangrijk gegeven hierbij is de thematische onherkenbaarheid van het CDA na de verkiezingen van 1994, die het Nationaal Kiezersonderzoek (NKO) 1994 constateert. Deze inhoudelijke fletsheid hangt samen met de lange periode waarin het CDA regeringsverantwoordelijkheid mocht dragen in telkens wisselende coalities. Een laag eigen profiel was toen effectief. Hoewel er in de periode 1994-1998 nadrukkelijk geïnvesteerd is in de inhoud van beleid - gewezen kan worden op het manifest 'Nieuwe wegen, vaste waarden', het verkiezingsprogramma 'Samenleven doe je niet alleen', diverse rapporten van het Wetenschappelijk Instituut voor het CDA en de diverse fractiespecials - vraagt de doorwerking daarvan in de herkenbaarheid voor het electoraat tijd.

Tenslotte moet worden opgemerkt dat de lijsttrekker voor het CDA pas eind maart 1997 werd aangewezen. Voor wat betreft de bekendheid bij het grote publiek hield dit een - aanvankelijke - achterstand op Kok en Bolkestein in. Ook de kandidatenlijst werd ingrijpend vernieuwd.

2 Peilingen en uitslagen

2.1 Het verloop van de peilingen tot aan 3 maart 1998

Na de Tweede Kamer-verkiezingen van 1994, waarin het CDA 22.2 procent van de stemmen kreeg, zakte de partij verder terug naar gemiddeld 20 procent en bleef tamelijk constant op dit niveau.

De PvdA vertrok van 24.0 procent, zakte bij de Provinciale Staten-verkiezingen 1995 tot 17,1 % en wist in 1997 enkele procenten te stijgen. Hiermee passeerde zij de VVD die na de 19.9 procent van mei 1994 vanaf begin 1995 rond de 26.5 procent schommelde.

2.2 De gemeenteraadscampagne

Belangrijkste conclusie van de gemeenteraadsverkiezingen in maart 1998 was dat het CDA er in geslaagd was het kernelectoraat vast te houden en te mobiliseren. Drie-kwart van het CDA-electoraat uit 1994 koos in maart weer CDA. Na klein rechts het grootste percentage partijtrouw. In de campagne-opzet

Verkiezingsuitslag

(manifestaties en themakeuze) is ook bewust gekozen om in eerste instantie de eigen achterban te bedienen.

Daarnaast vond een beperkte doorbraak plaats naar nieuwe groepen. In die nieuwe groepen steeg de stemkans van het CDA en was een lichte positieve omslag ten aanzien van het CDA waarneembaar.

Het resultaat lag met omgerekend 37 kamerzetels boven verwachting. Het CDA werd de grootste partij. Ook in de peilingen maakte het CDA een gestage opmars door van 29 richting ongeveer 34 zetels.

Na de gemeenteraadsverkiezingen ontwikkelde zich een positief beeld van het CDA. De peilingen bleven stabiel rond 33/34 zetels tot aan de laatste campagne-week. De VVD is sinds het najaar 1997 in gestage daling geraakt. Wel nog steeds boven het resultaat van 1994. De PvdA neemt daarentegen afstand en trekt verder aan.

Opvallend is het hoge aantal kiezers dat in de laatste week voor de Tweede Kamerverkiezingen nog geen keuze gemaakt heeft: ongeveer 20 procent.

2.3 De uitslag van 6 mei nader belicht

Om een beter beeld te krijgen van de dynamiek die zich binnen het electoraat heeft voorgedaan, zijn de voornaamste uitslagen van de laatste tien jaar in perspectief geplaatst.

Tabel 1: Percentages Tweede Kamerverkiezingen sinds 1989

	TK'89	TK'94	PS'95	GR'98	TK'98
PvdA	31,9	24,0	17,1	23,6	29,0
CDA	35,3	22,2	22,9	23,8	18,4
VVD	14,6	19,9	27,2	20,5	24,7
D66	07,9	15,5	09,1	04,9	09,0
GroenLinks	04,1	03,5	05,4	09,8	07,2
SP	00,4	01,3	02,1	04,4	03,8
SGP/RPF/GPV	04,1	04,7	06,7	07,6	05,1
CD/Janmaat	00,9	02,5	01,0	00,8	00,6
ouderen	---	04,5	05,2	03,3	00,9
overig	00,8	01,9	--	01,3	01,3

Provinciale verdeling

Een verschil met 1994 is dat toen de verschillen in verliespercentages tussen electorale groepen en regio's veel groter was. Nu is het verlies gelijkmatiger

verdeeld. Toch zijn er noemenswaardige verschillen. Het CDA heeft het beste gescoord in de noordelijke provincies: Friesland, Groningen, Drenthe. In 1994 verloren de christen-democraten veel in onder meer Zuid- en Noord-Holland. Nu lag de CDA-score in deze provincies op het landelijk gemiddelde.

Ondanks de relatief goede resultaten van het CDA in het zuiden bij de Provinciale Statenverkiezingen (1995), de herindelingsverkiezingen in Noord-Brabant (1997) en de gemeenteraadsverkiezingen (1998) vond op 6 mei 1998 bij de landelijke verkiezingen in vergelijking met de Tweede Kamerverkiezingen 1994 toch een bovengemiddelde terugval plaats.

Tabel 2: CDA-percentages per provincie

	1998	1994
Friesland	26,5%	27,5
Groningen	16,0	17,3
Drenthe	17,9	19,8
Overijssel	26,7	29,6
Flevoland	14,8	17,6
Gelderland	20,4	24,7
Utrecht	16,0	20,6
Noord-Holland	12,5	16,2
Zuid-Holland	14,6	18,3
Zeeland	17,2	20,8
Noord-Brabant	21,5	27,1
Limburg	24,3	28,9

Het beeld voor de noordelijke provincies is tamelijk homogeen. In de overige provincies bestaat enig verschil tussen de verschillende gemeenten. In het algemeen gold voor 1994: hoe groter de stad, des te groter het verlies. Vier jaar later is het verlies het kleinst in de grootste en de kleinste steden. Met name de 'slechts' 2,5% neergang in de zeer verstedelijkte gebieden (grote steden) is verrassend. In de middelgrote gemeenten - 'suburbia'- daarentegen was het resultaat het minst.

Herkomst kiezers

Van de CDA-kiezers uit 1994 heeft 64% weer op het CDA gestemd. Dat percentage ligt 2% boven de partijtrouw van 1994 en is ongeveer vergelijkbaar met de partijtrouw van PvdA en VVD. In vergelijking met 1994 wist het CDA wel iets meer stemmen bij andere partijen weg te halen. Niet van D66, met die partij

Verkiezingsuitslag

is weinig kiezersverkeer. Van de ouderenpartijen werd wel een belangrijk deel teruggewonnen. In absolute zin is dit keer het meeste verloren aan de PvdA - Kok - en niet aan de VVD, zoals vier jaar geleden.

Het CDA-electoraat uit 1994 stemde op 6 mei:

CDA 64%, PvdA 7, VVD 9, D66 2, Ouderen 1, Klein Rechts 4, SP 1, GroenLinks 2, Niet stemmen 10.

De CDA-stemmen kwamen in vergelijking met 1994 van:

CDA 72%, PvdA 2, VVD 5, D66 3, Klein Rechts 1, Ouderen 4, Overig 2, Niet stemmen 10.

Het CDA is verder vergrijsd. In 1994 was 45% van de achterban ouder dan 50 jaar, nu is dat 49%. Onder de ouderen (50+) verloor het CDA 2%, dat is minder dan gemiddeld. De grootste klappen vielen onder de kiezers van middelbare leeftijd. In de categorie 35-49 halveerde de christen-democratie.

Positief is dat het CDA in de jongste leeftijdsgroep (dus nieuwe stemmers) ten opzichte van 1994 en de raadsverkiezingen van 1998 stabiliseerde: 16%. Hiermee is het CDA de tweede partij onder jongeren. Juist onder de jonge kiezers werd vier jaar geleden dramatisch verloren.

De partij behaalde de volgende percentages in de religieuze groepen (voorbeeld: 4% van de niet-gelovigen stemden CDA, tussen haakjes scores 1994 in procenten):

Geen religie	4%	(7)
Rooms Katholiek	34	(40)
Gereformeerd	44	(46)
Nederlands Hervormd	30	(29)

De dalende trend onder gereformeerden en hervormden lijkt gestopt. Bij de katholieken en niet-gelovigen is het CDA verder weggezakt.

3 Profiel op thema's

Uit het Nationaal Kiezersonderzoek 1994 bleek dat een belangrijk probleem ten aanzien van de verkiezingen in 1994 het gebrek aan thematisch profiel was. Het thematisch profiel van het CDA is inmiddels duidelijk versterkt in het afgelopen jaar. Het CDA won op alle thema's aan steun. Het laatste half jaar op alle thema's ongeveer 5%. Het CDA is eigenaar op de issues: gezin, waarden en normen, landbouw. Op onderwijs en gezondheidszorg is de strijd open en doet het

CDA mee. Op het belangrijke thema veiligheid is het CDA met een duidelijke opmars bezig ten koste van de VVD.

De thema's gezin, waarden en normen en veiligheid zijn allen gestegen op de prioriteitenladder van het electoraat. Daarnaast bevestigen onderzoeken van onder andere NIPO de voorkeur van de kiezer van aandacht voor de kwaliteit van de samenleving (zoals zorg en veiligheid) boven extra inkomen via belastingverlaging.

4 Profiel van personen

4.1 De lijsttrekker

De bekendheid van De Hoop Scheffer was bij zijn aantreden in maart 1997 als partijleider 16% (het percentage mensen dat spontaan zijn naam kon noemen). Het CDA startte in oktober 1997 met de actie 'De aanloop is begonnen' om de bekendheid van de aspirant-lijsttrekker te vergroten. In november 1997 was dat percentage verdubbeld tot 33%. In januari 1998 steeg dit tot 43%. Wanneer hulp wordt geboden blijkt op dat moment een kleine 80% de lijsttrekker van het CDA juist te benoemen.

In een jaar tijd is de bekendheid van De Hoop Scheffer lijsttrekker, die niet lid is van een kabinet, buitengewoon snel gegroeid. Dat geldt ook voor het profiel van De Hoop Scheffer.

4.2 De voorkeursacties

Door een verlaging van de drempel voor voorkeurstemmen van 50% naar 25% van de kiesdeler is het bij de afgelopen verkiezingen eenvoudiger worden om op basis van voorkeurstemmen verkozen te worden. Conform de door de CDA-partijraad overgenomen aanbeveling van de commissie-Klaassen heeft het partijbestuur deze mogelijkheid van doorbreking van de lijstvolgorde niet langer willen verbieden. - Op overtreding van genoemde bepaling kon tot voor kort een royement volgen -. Hieruit vloeide voort dat het nauw hiermee verband houdende verbod om ten eigen bate campagne te voeren, in de afgelopen campagne is afgeschaft.

De kiesdeler bedroeg deze keer 57.361 103/150. Dit betekende dat een kandidaat minimaal 14.341 stemmen diende te hebben behaald om met voorkeurstemmen te zijn verkozen.

Zes CDA-kandidaten zijn met voorkeurstemmen verkozen, te weten Jaap de Hoop Scheffer, Ank Bijleveld-Schouten, Maria van der Hoeven, Camiel Eurlings, Annie Schreijer-Pierik en Theo Meijer. Deze personen zouden op grond van hun plaats op de lijst ook zonder voorkeurstemmen gekozen zijn, met uit-

zondering van Eurlings en Schreijer Pierik. Van deze kandidaten is bekend dat zij hun kandidatuur met een actieve campagne hebben ondersteund.

Uiteraard zijn zonder een grondige analyse van het stemgedrag niet zo maar conclusies te trekken over de invloed van de mogelijkheid een voorkeursstem uit te brengen, op dit stemgedrag. Wél laat de uitslag zien dat die kandidaten die een (grote) regionale bekendheid genieten of die een bepaalde achterban vertegenwoordigen (bijvoorbeeld Stroeken of De Milliano, Cörüz, Galema, Ten Hoopen) een naar verhouding bijzonder groot aantal stemmen hebben verworven.

5 Conclusies

Ondanks de teleurstellende uitslag van 6 mei van 29 zetels zijn er ook positieve aanknopingspunten. De vaste kern is vastgehouden (omtrent 23 zetels), maar wordt vanuit demografisch oogpunt structureel kleiner. De oproepbare groep (plusminus 10 zetels) werd in maart 1998 volledig binnengehaald. Op 6 mei drongen Kok en Bolkestein met hun premierstrijd in deze groep binnen. De groep zwevende kiezers werd door het CDA net zoals in 1994 onvoldoende bereikt. Een investering in nieuwe kiezersgroepen lijkt noodzakelijk.

De langere termijntrends en ontwikkelingen bieden voor het CDA mogelijkheden. Zo is in het electoraat de aandacht voor CDA-thema's als gezin en waarden en normen gestegen en is er bij politiek geïnteresseerde kiezers duidelijk waardering voor de nieuwe ontwikkelingen binnen het CDA. Niettemin kwamen deze verkiezingen te vroeg om die omslag om te zetten in concrete stemmenwinst. Anderzijds kent het kernsegment van CDA-kiezers een verdergaande vergrijzing en wordt het structureel kleiner. De kans voor het CDA, die niet gemist mag worden, ligt in de compensatie van de verdergaande vergrijzing in de kernsegmenten door een doorbraak naar nieuwe segmenten. Het belangrijkste probleem daarbij is niet zozeer van inhoudelijke aard (de CDA-koers werd in de nieuwe segmenten positief bejegend), als wel een imago-probleem.

III Campagne

De aanloop, voorbereiding, 'campagnevoeren doe je samen'

Campagnes komen niet uit de lucht vallen. Sterker nog, een politieke partij dient permanent campagne te voeren. Tegen de achtergrond van die notie zijn campagnes voor de diverse verkiezingen te beschouwen als piekmomenten.

Het jaar 1994 heeft het CDA veel geleerd. Het evaluatierapport dat in de zomer van dat jaar verscheen, gaf een handreiking voor ook campagnevoeren. Zo gezien, begon de CDA-campagne 1998 toen reeds.

Daarnaast is in de voorbereiding van de campagne 1998 het Actieplan 1997 van belang. Over vier sporen wordt daarmee de cultuurverandering in het CDA ingezet:

- Inhoudelijke herbezinning leidde tot het rapport 'Nieuwe wegen, vaste waarden'. Dat is de basis voor het verkiezingsprogramma 1998-2002 Samenleven doe je niet alleen'
- Vergroten van de herkenbaarheid van de partijvertegenwoordigers (voor de achterban) was een tweede spoor. De kandidatenlijst voor de Tweede Kamerverkiezingen is een uitwerking daarvan.
- Trend- en verkiezingsonderzoek werd op een nieuwe leest geschoeid.
- Initiatieven (waaronder Politieke Partij Nieuwe Stijl) werden gestart om tot vernieuwing en vitalisering van de ledenorganisatie te komen.

Voor het operationele traject van de verkiezingen 1998 werd een projectorganisatie opgezet onder leiding van een externe campagneleider. In het boekje 'Campagnevoeren doe je samen' worden de uitgangspunten, opzet en de inhoud van de campagne 1998 weergegeven.

Na de gemeenteraadsverkiezingen heeft een interne tussentijdse evaluatie van de projectorganisatie plaatsgevonden. De bevindingen van de evaluatie van de campagne na de Tweede Kamerverkiezingen volgen hierna. Een schets van het beeld, dat de CDA-campagne 1998 bij 'externen' opriep completeert de rapportage.

Uitvoering: bevindingen en conclusies van de 'rondetafelgesprekken'

In de rondetafelgesprekken hebben Provinciale Afdelingen en Kamerkringen aan de hand van het standaardenquêteformulier de verschillende aspecten van de CDA-campagne voor de gemeenteraadsverkiezingen en de Tweede Kamerverkiezingen besproken.

De hieronder gegeven bevindingen zijn gebaseerd op een gewogen gemiddelde van de verschillende meningen.

I Logistieke proces

A. Hoe heeft u de communicatie/informatievoorziening ervaren?

1 RTL4-text

Volgens de meesten is het medium onvoldoende benut en was de informatie op de CDA-pagina's veelal achterhaald.

Met teksten die door campagneteams uit de afdelingen en provincies waren aangeboden werd te weinig gedaan. CDA-evenementen stonden niet altijd op tijd op de pagina's.

Velen vroegen ze af of het wel een nuttig medium is.

Gegevens over het bereik van de voorziening zijn eerst in juli aanstaande voorhanden. Die informatie kon dus niet worden meegewogen.

Conclusies

1. Het 'vullen' van de pagina's vereist meer accuratesse.
2. De vraag moet worden beantwoord of het medium aan het doel beantwoordt.
3. Nu het kan liever een pagina bij de publieke omroep.

2 Dagmenu

De kandidaten op wie dit instrument in eerste aanleg was gericht, zijn positief over het 'dagmenu', als snelle informatiebron. Anderen zijn onbekend met het 'dagmenu'.

Conclusie

1. Voortzetten.

3 LPC

Niet besluitvaardig genoeg. De aansturing was plichtmatig en niet motiverend. De rol van het LPC in de campagneorganisatie was niet helder.

Conclusie

1. Een slagvaardig LPC veronderstelt meer participatie. Dat kan worden bereikt door een gerichter en enthousiast benutten ervan.

4 De CDA-bladen: Appèl /5 CD/Actueel

Goed, voorzien in een behoefte maar wordt toch ervaren als te veel preken voor eigen parochie. Lokale en regionale evenementen stonden er niet altijd in.

Conclusie

1. De bladen moeten aantrekkelijk worden voor lezers buiten de 'incrowd', constructieve kritiek aanmoedigen en debat stimuleren.

6 Internet (CDA web-site)

Instrument is goed. Tijdens de campagne, in de periode 6 april - 7 mei jongstleden bezochten 21.000 gebruikers de CDA-site.

Niettemin was meer mogelijk geweest. Nu was er weinig actuele informatie.

Wel verzorgd, maar weinig creatief. Daardoor bleef interactief gebruik achter.

Conclusie

1. Professionalisering noodzakelijk.

7 Regiekamer

Een regiekamer als informatiepunt dat buiten kantooruren bereikbaar was is positief ervaren. Wat de regiekamer inhield en deed is voor de mensen in het land echter niet helder.

Conclusie

1. Beter communiceren in het land wat de regiekamer doet en wie daar welke taak uitvoert.

8 De 'manifesten'

Het uitbrengen en de inhoud van de manifesten ging gepaard met ongelukkige timing en gebrekkige communicatie. Het innemen van inhoudelijke standpunten werd soms ervaren als zijnde buiten het verkiezingsprogramma om. Daarom werd onvoldoende duidelijk of er voldoende draagvlak voor de manifesten was.

Campagne

Conclusie

1. In volgende campagnes moet eerder met de voorbereiding en het communicatieplan van de manifesten worden begonnen.

B. Wat vond u van het campagnemateriaal?

1 Billboards

zie posters/affiches.

2 Abri's

Keuze voor abri's goed.

Conclusie

Zie posters/affiches.

3 Posters/affiches

Esthetisch verantwoord, maar onduidelijk, niet herkenbaar CDA.

De naam CDA stond niet prominent genoeg op de posters, ongeschikt om achter het raam te hangen en veel te grauwe kleuren.

Velen hebben de bekende 'oude' posters uit de kast gehaald en voor de ramen gehangen. De meerderheid van de respondenten wil eerherstel voor de vertrouwde posters met het nummer, de vertrouwde kleur en de vlag. Veel afdelingen hadden via de bestellijst de affiches al besteld, toen later werd besloten elk CDA-lid er met het CDA-ledenummer één toe te zenden. Dit werd door velen beschouwd als inefficiënt. De slogan 'Samenleven doe je niet alleen' spreekt velen, maar niet allen aan.

Conclusies

1. Velen waren verrast (niet gekend over) door de 'nieuwe lijn'.
2. De overgrote meerderheid van de achterban wil de lijn van de vertrouwde posters terug.
3. Een eventuele nieuwe 'lijn' moet op effect worden getoetst: de achterban hecht aan herkenbaarheid.

4 Commercials op radio en televisie

Te laat beschikbaar.

Conclusie

1. Eerder in de campagne beginnen met de commercials.

5 Strooimateriaal

Overwegend positief.

6 Distributie

Een aantal Kamerkringen en Provinciale Afdelingen vond het distributieproces goed gaan. Waar de distributie als slecht werd ervaren, was dat terug te voeren op late en verbrokkelde aanlevering van materialen, wat soms tot demotivatie bij de vrijwilligers leidde. De bestellijsten riepen veel vragen op.

Conclusies

1. Proces van de logistieke distributie verdient verbetering.
2. Bestellijsten uitbouwen tot catalogus.
3. Meer gratis materiaal.

C. Wat vond u van de beschikbaarheid van de kandidaten?

1 Spreekbeurtenregeling

In totaal zijn er 1020 spreekbeurten geregeld. Niettemin is er op dit punt veel kritiek. De regiekamer die de regeling uitvoerde werkte bureaucratisch. Het duurde te lang voordat een antwoord kwam op een aanvraag. De toegezegde maximum reactietermijn van twee weken werd niet gehaald. Waarom een bepaalde aanvraag niet werd gehonoreerd bleef soms vaag. Een aantal kandidaten was te weinig te zien in de eigen provincie. Het niet voortvarend behandelen van externe aanvragen (scholen, maatschappelijke organisaties) werkt contra-productief voor het CDA.

Conclusies

1. De werkgroep heeft oog voor de noodzaak van centrale verdeling van het beperkte sprekersaantal
2. In het draaiboek moeten concrete afspraken worden gemaakt over wie verantwoordelijk is voor de voortgangsbewaking en moet meer expliciet worden beschreven.
3. Per regio een aantal kandidaten aanwijzen en van te voren een quotum afspreken.
4. De aanvraaglijst kan worden bekort.

2 Bij (regionale) manifestaties

Gelet op de diversiteit van de antwoorden stelt de werkgroep, dat de conclusie samenvalt met die bij C 1.

D. Hoe heeft u de regionale manifestatie-opzet ervaren?

1 Samenhang met campagneorganisatie

Vanuit de regio's was er weinig invloed op de inhoud, locatie en data van de manifestaties.

Conclusie

1. Betere afstemming nodig tussen de campagnemensen op diverse niveaus. Herwaardering van de LPC kan daaraan dienstbaar zijn.

2 Opzet

Er is waardering voor het concept. De videopresentatie werd nogal eens genoemd als positieve illustratie. Maar ook: te veel preken voor eigen parochie. Niet alle bijeenkomsten waren vlammend genoeg. Hier en daar werd een authentieke CDA-opening gemist.

Conclusies

1. Het concept van de centraal aangestuurde maar regionaal gehouden manifestaties verdient voortzetting. Aandachtspunten daarbij: betere afstemming tussen de campagnemensen op diverse niveaus is gewenst.
2. Aantrekkelijker maken voor mensen 'van buiten'.
3. Wellicht beter 5 grote regionale manifestaties dan 20 kleinere zoals nu.
4. In alle Provinciale Afdelingen een manifestatie organiseren.

3 Werkbezoeken

Deze bijeenkomsten worden aangemerkt als inhoudelijk mager en routinematig.

Conclusies

1. Betere afstemming nodig tussen de betrokken campagnemensen.
2. Aantrekkelijker maken voor mensen 'van buiten'; het werkbezoek moet 'zichtbaar' zijn.

4 Aanwezigheid kandidaten

Dit werd positief ervaren.

(Groningen en Drenthe betreurden, dat in hun provincie geen regionale manifestatie was voorzien).

5 Publicitaire begeleiding en de manifestaties

Het bereik van de publieke nieuwsvoorziening over de manifestaties beantwoordde onvoldoende aan hetgeen beoogd werd. De bijeenkomsten in

Vlissingen en Maastricht waren voorbeelden van manifestaties waarin wel aan de verwachtingen werd voldaan.

Conclusie

1. Blijvende investering in het communicatie-apparaat om de CDA-boodschap beter over het voetlicht te krijgen ligt voor de hand.

E. Hoe kijkt u aan tegen het functioneren van het regionale campagneteam?

1 Activiteiten op lokaal niveau

Ten tijde van de gemeenteraadsverkiezingen overwegend positief.

Na de gemeenteraadsverkiezingen zakte de campagne op lokaal niveau echter in.

Punt van aandacht is het kleiner worden van het bestand aan vrijwilligers. Enkele uitzonderingen daargelaten werkten de provinciale campagneteams ondersteunend en constructief.

Conclusies

1. Verder investeren in het vergroten en vernieuwen van het vrijwilligersbestand.
2. Goede afspraken maken over taken en samenstelling provinciale campagneteams.
3. Beter afstemming binnen de niveaus van waaruit campagne wordt gevoerd.

2 Onderlinge afstemming tussen provinciaal en lokaal niveau

Niet negatief, maar er was veelal weinig contact.

3 Inzet lokale kandidaten bij de Tweede Kamerverkiezingen

Conclusie

Te weinig; wellicht vanwege college-beslommeringen.

4 Uitgangspunt dat de campagne van 1998 één campagne was?

Het uitgangspunt van één campagne werd niet zo ervaren. Het waren volgens de mensen in het land twee afzonderlijke campagnes.

Veel vrijwilligers zijn na de gemeenteraadsverkiezingen afgehaakt, er ontstond verkiezingsmoedheid na 4 maart en men is er niet afdoende in geslaagd het vuur weer aan te wakkeren.

Conclusie

1. Discussie nodig of wel moet worden vastgehouden aan het concept van één campagne.
2. Voorkom dat de zaak na de gemeenteraadscampagne op lokaal niveau inzakt.

Maak tijdig afspraken met de regionale en lokale betrokkenen over hoe het 'inzakken' te voorkomen. Waar dit toe te schrijven is aan 'gebrek aan middelen' kan desnoods een extra financiële injectie voor het lokaal niveau worden overwogen.

Na de gemeenteraadsverkiezingen kan een korte retraite overwogen worden, gevolgd door startmanifestaties voor de landelijke campagne. Ook het begin van de harde campagne moet gemarkeerd worden.

F. Hoe kijkt u, samenvattend, terug op de campagne?

1 Materiaalkeuze

Veel verwarring over en veel kritiek van de achterban op met name de uiteindelijke posters. Strooimateriaal was goed.

Aanbeveling:

1. Veel beter en veel eerder met de mensen in het land van gedachten wisselen over de 'lijn' van het materiaal. Een eventuele nieuwe 'lijn' moet tevoren op effect worden getoetst: de achterban hecht aan herkenbaarheid.

2 Thema's

De werkgroep constateert brede waardering voor de gekozen hoofdthema's. Deze kunnen nog concreter worden vertaald.

De keuze voor sociaal en streng leidde volgens een aantal geïnterviewden tot een spagaat.

3 Onderlinge sfeer

De campagnevoerders blikken terug op een eensgezinde campagne: het CDA straalde eenheid uit en dat werd door de achterban ook zo beleefd. De interne sfeer is aanmerkelijk beter dan in 1994.

4 Organisatie (centrale aansturing)

De regie vanuit het landelijk campagneteam was centralistisch, dirigistisch en niet motiverend genoeg. Niet duidelijk voor de mensen in het land was wie in Den Haag' voor wat verantwoordelijk was. De campagnestrategie werd niet

consequent doorgevoerd. De campagneleiding kwam niet uit de verf. Die beleving vindt zijn spiegelbeeld in de mening van leden van het campagne-team, die menen dat het decentraal niveau in haar campagneopzet te zeer de beproefde, maar ook verstokte modellen hanteert. Ook het maken van afspraken en naleven ervan bleek ingewikkeld.

Conclusie

1. Herijking gekozen campagnestructuur ook op decentraal niveau gewenst.
2. Gedetailleerd draaiboek moet eerder gereed zijn.
3. Meer ruimte voor provinciale initiatieven.
4. Meer en tijdiger afstemming vooraf over campagnestijl en wederzijdse verwachtingen. Dus, draagvlak creëren in de voorbereiding voor keuzen en niet in de loop van de campagne.

5 Informatievoorziening

Zie hierboven.

II VARIA

A. *Hoe beoordeelt u de staartlijsten:*

Op dit onderdeel uit de enquête kwam weinig respons. De werkgroep is van oordeel, dat, in een regionaal gewortelde partij het hanteren van staartplaatsen een goed campagne middel is.

B. *Hoe kijkt u aan tegen de persoonlijke campagnes, de voorkeursacties?*

Hoewel sommigen principieel tegen het systeem van de voorkeursacties zijn, onderschrijven de meesten deze acties, mits deze niet leiden tot onderlinge concurrentie tussen regionale CDA-kandidaten. Gewaakt moet worden voor cliëntalisme.

Aanbeveling:

1. Stel, aanvullend op de bestaande richtlijn, spelregels vast die elke kandidaat moet onderschrijven en waar hij of zij op kan worden aangesproken en begeleidt de kandidaten nadrukkelijk.

Het beeld van derden

Ook op de Voorjaarspartijraad van 6 juni 1998 was de verkiezingsuitslag het onderwerp van debat. Met klem vroeg de Partijraad om in de evaluatie van het technische en logistieke proces ook de ervaring van deskundigen van buiten de partij te betrekken. De werkgroep heeft graag gehoor gegeven aan die aanvulling op de opdracht. Daartoe heeft zij interviews gehouden met een representatieve vertegenwoordiging uit de (parlementaire) journalistiek, radio- en televisiemakers, communicatie-experts en organisatiedeskundigen.

Waar zij uiteraard niet bij het directe campagnevoeren zijn betrokken, is hun de vraag voorgelegd welk beeld zij over hebben gehouden van de CDA-campagne 1998. De schets daarvan volgt hierna. Het beoogt de bevindingen over de gevoerde campagne verder te objectiveren.

Zou een beeld in één zin te vatten zijn, dan luidt die als volgt: in de electorale omgeving waarin het CDA moest opereren, bleek de campagne niet opgewassen tegen de reeds gevestigde reputaties; de CDA-campagne deed daarom geforceerd aan.

Illustratief is de metafoer van een televisie-uitzending: beeld/presentatie, ondertiteling en geluid versterken elkaar niet. Dat leidt tot wegzappende kijkers en lage waarderingscijfers.

Saillant is hier de notie, dat dit beeld niet van begin af aan bestond, maar gedurende de campagne is gegroeid. De aftrap werd gegeven met de presentatie van het Verkiezingsprogramma 1998-2002. Zowel inhoud als vormgeving daarvan werden ook door externen gekwalificeerd als authentiek, goed en verfrissend. Ook met de daarop volgende sterk vernieuwde kandidatenlijst zeilde het CDA scherp aan de wind en was het markant. Met opmerkingen van binnenuit echter als zou de lijst toegesneden zijn op oppositievoeren gooit de partij de knuppel in het (media-) hoenderhok.

Rond de Gemeenteraadsverkiezingen lijkt de partij op koers te liggen. In de fase die daarna volgt, slaagt het CDA er niet in om de uitgangspositie te versterken en uit te bouwen. Een aantal zaken wreekt zich. Zo wordt er tegen een aantal marketingprincipes (noodgedwongen) gezondigd: de lijsttrekker is te laat benoemd, de merknaam CDA wordt niet benut en de produktvernieuwing is te kort op de verkiezingen om de potentiële klant, die het CDA nog steeds met het verleden associeert, te overtuigen. Kortom: er is te weinig onderscheidend aanbod ervaren om bij de door op dat moment door Kok en Bolkenstein gedomineerde kiezersmarkt in te breken.

In de harde fase van de campagne is door de partij door middel van de zogenoemde manifesten een nadere uitwerking gegeven van thema's uit het verkiezingsprogramma. Vooral daar zijn communicatiewetten met voeten getreden: slechte timing van de presentatie, voorstellen voor de uitleg waarvan een heus boekwerk nodig was dat vervolgens niet toereikend bleek, en voorstellen die - in het beeld dat zij opriepen - haaks stonden op de boodschap en sfeer van en het verkiezingsprogramma en de uitgedragen campagnestrategie (authentiek en bescheiden).

De werkgroep vat het als volgt samen: de partij heeft geprobeerd de werkelijkheid in te halen, maar was bij constante snelheid wellicht beter op de weg gebleven.

IV Aanbevelingen

Opmerking vooraf:

Alhoewel dit geen onderwerp van onderzoek was, werd in de meeste gesprekken expliciet melding gemaakt van tevredenheid over het verkiezingsprogramma en de kandidatenlijst.

1. Bijtijds een gedetailleerd en professioneel campagnedraaiboek maken.
2. Een ook voor de regio inzichtelijke campagnestructuur en enthousiasmerende aansturing noodzakelijk.
3. Als meerdere campagnes in een jaar plaatsvinden, duidelijk markering aanbrengen, opdat het 'inzakken' van een campagne wordt voorkomen.
4. Een goede communicatiestrategie en een adequaat communicatie-apparaat is zeer noodzakelijk; dat geldt ook voor investeren in de relaties met de media. Communicatie moet verder worden toegesneden op de gewijzigde maatschappelijke context en op de cultuuromslag die de partij heeft ingezet.
5. Suggesties van de achterban serieus nemen en er echt wat mee doen.
6. Meer en tijdige afstemming vooraf over campagnestijl en wederzijdse verwachtingen. Dus, draagvlak creëren in de voorbereiding voor keuzen en niet in de loop van de campagne.
7. Een investering in nieuwe kiezersgroepen lijkt noodzakelijk. De kans voor het CDA, die niet gemist mag worden, ligt in de compensatie van de verdergaande vergrijzing in de kernsegmenten door een doorbraak naar nieuwe segmenten.

Bijlage A

Taakopdracht van de werkgroep

De uitslag van de Tweede Kamerverkiezingen 1998 is voor het CDA teleurstellend. Het Partijbestuur heeft behoefte aan een terugblik, aan de hand waarvan vooruit kan worden gezien.

1. Daartoe heeft zij een ambtelijke werkgroep ingesteld, met de opdracht een technische rapportage te maken, waarin de campagnevoornemens worden afgezet tegen de uiteindelijke resultaten.
2. De werkgroep zal de volgende clusters van onderwerpen onder de loupe nemen:
 - A. *een cijfermatige analyse van de uitslag*
 - * de winst- en verliesrekening (kwantitatief)
 - * een overzicht naar 'segmenten'/life - and - living (kwalitatief ivm stemmotivatie)
 - B. *logistieke proces (o.m.)*
 - * informatie
 - * communicatie
 - * campagneorganisatie
 - * de regionale/lokale participatie
 - C. *varia (o.m.)*
 - * de regionale staartlijsten
 - * de persoonlijke campagnes
 - * Trend- en Verkiezingsonderzoek
 - * financiële acties
3. De werkgroep voorziet de volgende werkwijze:
 - * bronnenonderzoek
 - * interview; waarbij nadrukkelijk alle geledingen van de partij worden benaderd
4. De onder 2. genoemde kwantitatieve, cijfermatige analyse zal voor de bijeenkomst van de Partijraad (6 juni 1998) beschikbaar zijn. De

Bijlagen

bevindingen uit de Partijraadsdiscussie zullen onderdeel zijn van de uiteindelijke werkgroeprapportage.

5. De werkgroeprapportage zal medio juli 1998 opgeleverd worden. De daaraan te ontleen aanbevelingen kunnen dienstbaar zijn aan de volgende campagnes, te beginnen met die voor de Provinciale Staten - en de Europese Parlementsverkiezingen 1999.

Bijlage B

Lijst van respondenten

1. Een delegatie van de Werkgroep heeft de vergaderingen van het Partijbestuur en van het Dagelijks Bestuur waarin werd teruggeblikt op de verkiezingen 1998 bijgewoond. Die beraadslagingen zijn meegenomen in de rapportage.
2. Diverse CDA-leden en CDA-geledingen hebben mondeling en schriftelijk kritiek geleverd op de gevoerde en/of voorstellen gedaan voor de te voeren volgende campagnes. Ook die bouwstenen hebben in de werkgroeprapportage een plaats gekregen.
3. De Werkgroep heeft rondetafelgesprekken gevoerd met representatieve vertegenwoordigingen van alle Provinciale Afdelingen. Van deze gesprekken zijn verslagen opgesteld. Een aantal Provinciale Afdelingen heeft ook eigen regio-specifieke evaluaties opgesteld. Ook die informatie is door de Werkgroep verwerkt.
4. In afzonderlijke bijeenkomsten heeft de Werkgroep(-delegatie) de campagne geëvalueerd met:
het Landelijk Permanente Campagneteam, het Kamerkringsecretarissen-overleg, de Verenigingsconsulenten, de Werkgroep Politieke Partij Nieuwe Stijl.
5. Ook de visie van "externen" is gevraagd.
Gesproken werd met vertegenwoordigers uit de (parlementaire) journalistiek, van radio/t.v., communicatie- en organisatieadviseurs, bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties.

Bijlage C

Literatuuropgave; overige bronnen

Rapport van de commissie-Gardeniers, 'Rapport Evaluatiecommissie', juli 1994.

Rapport van het Strategisch Beraad, 'Nieuwe wegen, vaste waarden', november 1995.

CDA-Verkiezingsprogramma 1998-2002, 'Samenleven doe je niet alleen', februari 1998.

Stukken Campagne 1998, waaronder verslagen van Campagneteam en Campagneraad.

Campagnehandboek 'Campagnevoeren doe je samen. Verkiezingen 1998', december 1997.

Schriftelijke reacties van Kamerkringen en Provinciale Afdelingen op het enquête-formulier van de Werkgroep Evaluatie Campagne 1998.

Schriftelijke reacties van CDA-leden en CDA-geledingen, en niet-CDA-ers over de CDA-campagne 1998 en de uitslagen van de verkiezingen.

Analyses in kranten en weekbladen.

Tussentijdse interne evaluatie van het campagneteam, maart 1998.

Uitkomsten van de 'rondetafelgesprekken' in alle Provinciale Afdelingen en uitkomsten van individuele interviews met betrokkenen binnen en buiten het CDA.

Uitkomsten van de 'interviews' met externe deskundigen.

Bijlage D

Samenstelling werkgroep

De werkgroep is samengesteld uit vertegenwoordigers van alle geledingen uit de partij. De samenstelling is als volgt:

- Frank van Beers (vice-voorzitter van de werkgroep; wethouder te Den Bosch)
- Esther Bergman (raadslid te Baarn; LPC-Utrecht)
- Ellen Smid (LPC-Groningen)
- Niny van Oerle (raadslid te Haarlem, betrokken bij regionale manifestaties)
- Deniz Balak (raadslid in Amsterdam)
- Harry Kerssies (voorzitter CDA-Zwolle)
- Sybrand van Haersma Buma (medewerker CDA-Tweede Kamerfractie)

Jan Willem Wiggers (Partijbureau) droeg zorg voor de cijfermatige analyse, terwijl Alex Krijger (Wetenschappelijk Instituut) het 'bronnenonderzoek' voor zijn rekening nam.

De werkgroep stond onder leiding van: Gert Groenendijk, directeur Partijbureau.

De werkgroep-leden zijn bereid om op ledenvergaderingen etc. de rapportage toe te lichten.

Voor nadere informatie kunt u contact opnemen met het CDA-partijbureau, Dr. Kuiperstraat 5, 2514 BA Den Haag, telefoon: 070-342 4888.

CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA
CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA
CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA
CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA
CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA
CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA
CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA
CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA
CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA
CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA CDA

