

Christen-democratie ten onder in drijfzand?

Woensdag 6 mei betekende een bittere pil voor het CDA. Voor het eerst in de parlementaire geschiedenis kwam de christen-democratie onder de 30 zetels terecht, en tegelijk was het een novum dat het CDA twee concurrenten voor moest laten gaan. Was de CDA-campagne in al haar facetten de schuldige of heeft de paarse successtory het CDA vijf zetels dieper het moeras in geduwd? Of, liggen de oorzaken misschien op een fundamenteeler vlak?

Dit artikel en dit zomernummer zullen op deze prangende vragen waarschijnlijk geen sluitende antwoorden geven, maar het kan geen kwaad als politieke partij na te denken over de eigen positie in de samenleving. Nooit niet, maar zeker niet nadat de christen-democratische stroming in acht jaar tijd bijna is gehalveerd.

Een serieuze politieke partij zal zich bij iedere verkiezing eigenlijk behoren te bezinnen. Bij teleurstellende uitslagen is de noodzaak evident, maar ook na goede resultaten is het zinnig, aangezien dan de wet van de remmende voorsprong en de metaalmoedigheid loert. Een grondige analyse van de verkiezingsperiode kan ons veel leren over de maatschappij, het electoraat, en de par-

tij, en zou daarmee het vertrekpunt moeten zijn voor de komende perioden. Elementen die aan de orde zouden moeten komen zijn structurele trends in het electoraat (vergrijzing, opleidings-

niveau, waardenoriëntaties etc.); de omstandigheden van de verkiezingen (economie, opstelling concurrenten, incidenten); strategie (thema-keuze, lijsttrekker, steer); en tactiek (aangewende instrumenten). Helaas is het gebruikelijk dat 'decision-makers' niet staan te springen om dergelijke exercities. Angst is de reden, maar ontkenning van de proble-

matiek zal nimmer leiden tot het vinden van de juiste weg.

Het CDA heeft na 6 mei toch maar wel besloten een werkgroep in te stellen - de werkgroep Groenendijk-, die het verkiezingsproces zou moeten evalua-



Drs. F. Fennema

eren. Spijtig genoeg wilde (mocht?) deze groep niet ingaan op de fundamentele vragen, maar werden enkel tactische aspecten aangeroerd. Het commentaar van het Algemeen Dagblad stelde op 16 juli terecht dat als in het rapport geconstateerd wordt dat het CDA nieuwe jonge kiezersgroepen moet aantrekken het onzinnig is voor het overige slechts te praten over zaken als de kleur van affiches. Alsof beslissingen op dat niveau zouden leiden tot een verlies van 1,2 miljoen stemmers in acht jaar. Overigens heeft de werkgroep natuurlijk gelijk dat de esthetisch zeer fraaie affiches niet voldeden aan de belangrijkste communicatieve doelstelling: herkenbaarheid van boodschap en zender. Het blijft merkwaardig dat waar bijna iedere reclamefolder vooral wordt getest, het CDA dergelijke dure promotionele middelen zonder *pre-testing* naar het front stuurt.

De vragen waar het echt om gaat zijn echter van een andere orde. Wat is de positie en het bestaansrecht van het CDA in deze veranderde samenleving? Is de nieuwe koers uit '*Nieuwe wegen, vaste waarden*' levensvatbaar? Was de themakeuze en -uitwerking in de campagne in het licht van '*Nieuwe wegen, vaste waarden*' herkenbaar? Past de lijsttrekker bij de verkozen steer en thema's? Misschien kan een deel van deze vragen snel afgehandeld worden, gerechtvaardigd zijn ze zeker om toekomstige valkuilen het hoofd te bieden. Om de '*sense of urgency*' aan te geven hieronder enkele cijfermatige gegevens.

Woensdag 6 mei 1998 bleek 18,4% van de Nederlandse stemmers het CDA te steunen. Een historisch dieptepunt en 3,8% minder dan in 1994. Bij de verkiezingen van 1965 behaalden de voorangangers van het CDA nog 51% van de

stemmen. In 33 jaar verloor de christen-democratie dus 33% van de achterban. Dat heeft niets te maken met lijsttrekkers of partijbeleid, de oorzaak ligt in structurele veranderingen in de samenleving. De belangrijkste trend van de Nederlandse politiek in de laatste decennia is daarmee overduidelijk de neergang van de christen-democratie. Een tweede structurele lijn is de stabiliteit van de sociaal-democratie. Net als het CDA heeft de PvdA te maken met een in grootte afnemende groep van traditionele kiezers: de klassieke arbeiders. Anders dan de christen-democratische partijen slagen de sociaal-democratische partijen in Europa er blijkbaar wel in hun traditionele argumenten aan te passen aan de veranderde samenleving. Ongekende winnaars van de tijdgeest zijn de liberalen. De VVD groeit gestaag en ook D66 bouwt aan een groter kernelectoraat. Ter illustratie: het slechte resultaat van D66 in 1998 is nog altijd beter dan de uitslagen die Hans van Mierlo in de jaren '80 behaalde.

Het CDA is groot geworden door twee structurele factoren:

1. als vertegenwoordiger van het religieus georiënteerde deel van het electoraat;
2. door als redelijk alternatief tussen de elkaar uitsluitende polen kapitaal en arbeid te fungeren.

Als naar de religie in Nederland wordt gekeken valt te constateren dat sinds de Tweede Wereldoorlog ontkerkelijking en deconfessionalisering in een rap tempo voortgaan. Ontkerkelijking is de afname van het aantal kerkelijke leden. Uit het rapport *God in Nederland* (1997) valt op te maken dat de kerken in de afgelopen 30 jaar 20% van de leden hebben ingeleverd. Hoewel het tempo van

de ontkerkelijking afneemt verliezen de kerken nog steeds per jaar 100.000 zielen. Confessionalisering is de mate van religieus stemgedrag. In het verzuilde tijdperk gingen kerkleden naar christelijke scholen, waren lid van christelijke vakbonden en stemden uiteraard op christelijke partijen. Ter illustratie: in 1956 koos 95% van de Katholieken voor de KVP; 93% van de Gereformeerden voor een confessionele partij, alleen de Hervormden vielen met een percentage van 63% een beetje uit de toon. Bij de verkiezingen in 1994 lagen die cijfers op respectievelijk 53%; 52% en 43%. Op 6 mei heeft die daling zich met enkele procenten doorgezet. De Nijmeegse onderzoeker Eisinga (1998) concludeerde dat de teloorgang van de christen-democratie voor tweederde is toe te schrijven aan deconfessionalisering en voor eenderde aan ontkerkelijking.

De afnemende loyaliteit van de kerkelijke kiezers heeft ertoe geleid dat het CDA na 1998 in geen enkele provincie meer de grootste partij is. Zelfs in de oude machtsbolwerken Limburg en Brabant zijn PvdA en VVD het CDA voorbij gestoken. Het zuidelijk verlies is waarschijnlijk voor een belangrijk deel terug te voeren op de teruggang van het CDA in het katholieke segment: van 40% naar 34%. De PvdA maakte onder de katholieken een opmerkelijke sprong voorwaarts van 18% naar 29%.

De processen van ontkerkelijking en deconfessionalisering gaan nog immer voort en zullen de traditionele CDA-achterban in de komende jaren verder doen afkalven. Waar de PvdA het verlies in de traditionele arbeidersgroepen compenseert in de middengroepen is de aantrekkingskracht van het CDA op andere dan kerkelijke groepen nihil. In het gebied der niet-gelovigen wist het CDA bij de meest recente verkiezingen slechts 4% aan te spreken. Hoewel het CDA zichzelf niet typeert als een kerkelijke partij, blijkt uit imago-onderzoek dat de kiezers dat wel doen. De christelijke associatie bij het CDA vormt voor veel niet-gelovigen een onoverkomelijke drempel.

Simpel gezegd komt het er op neer dat de vijver waarin het CDA vist krimpende is, en dat de vis daarin steeds ongevoeliger wordt voor het aas. Als het CDA er niet in slaagt via een verversing van zijn argumenten en imago nieuwe kiezersgroepen aan te spreken komt binnen vijftien jaar de grens van 20 zetels in zicht.

Wanneer traditionele achterbannen slinken wordt de aantrekkingskracht op andere groepen, en zwevende kiezers van groter belang. De anti-polen kapitaal (VVD) en arbeid (PvdA) zijn naar elkaar toe gekropen, waardoor het CDA niet meer het enige alternatief is. Ook de opkomst van D66 speelt hierbij een rol. Kiezers sluiten steeds minder partijen uit. Een overstap van de PvdA

Tabel 1: Maximaal potentieel electoraat, 1989-1994

	1989	1994
CDA	48%	46
PvdA	46	53
VVD	32	45
D66	43	56
GroenL.	27	33

naar de VVD kan men tegenwoordig zonder schaamte in het openbaar verdedigen.

Het belangrijkste bewijs daarvoor is een toename van het 'maximaal potentieel electoraat' dat een partij heeft. Het potentieel electoraat zijn de kiezers die aangeven dat partij 'x' een redelijke kans maakt op zijn stem. Voor steeds meer mensen komen meer dan één partij in aanmerking, zie tabel 1.

Vier van de vijf grootste politieke partijen vertonen een groei van het potentiële electoraat. Enkel het CDA laat een neergaande lijn zien. Dat de in de tabel weergegeven daling niet eenmalig was laat het jaar 1984 zien, waarin het CDA nog een potentieel electoraat van 54% bezat.

Het CDA mag dan ideologisch misschien een middenpartij zijn, electoraal is dat niet het geval. De achterban van het CDA is van de grote partijen het meest scherp afgebakend. De aantrekkingskracht op de overige delen van het electoraat zijn daardoor zeer gering. Enigszins gechargeerd is de achterban van het CDA gelovig, laag opgeleid, oud en woonachtig buiten de (middel)grote steden. Deze eenzijdige opbouw van het CDA-electoraat herbergt een aantal gevaren in zich. Het gelovige aspect is reeds behandeld, daarnaast kan op termijn het ontbreken van een stevige basis in hoger opgeleide segmenten het intellectuele debat in de partij doen opdrogen. Het absolute aantal te verdienen stemmen in de (middel)grote steden is onevenredig groot, en zal door de ontvolking van het platteland alleen nog maar toenemen. Na de grote klap in 1994 in de grote steden is het CDA daar nu 2,5% verder teruggezaakt. Dat betekent dat

het CDA in sommige grote steden bijna geminimaliseerd is. Neem Amsterdam, waar omgerekend naar gemeenteraadsverkiezingen het CDA in enkele deelraden niet eens de kiesdrempel meer zou halen. Van minstens zo groot belang is de vergrijzing van de CDA-achterban. Vier jaar geleden verloor het CDA de helft van de steun onder de jongste kiezers. Daar werd nu niets van teruggewonnen -het positieve is dat er ook niet verder werd verloren-, daarentegen vielen de grootste klappen op 6 mei in de categorie 35-49-jarigen. Het gevolg is dat het CDA-electoraat voor bijna de helft bestaat uit 50-plussers. De vergrijsde achterban houdt in dat het CDA bij iedere verkiezing ongeveer 1,5 zetel letterlijk ziet afsterven. Wil het CDA overleven dan zal het nieuwe jonge kiezerssegmenten moeten aanboren. Daar liggen mogelijkheden, want, uit onderzoek dat aangehaald werd in diverse artikelen in HP/De Tijd en Trouw in de campagneperiode valt op te maken dat de christen-democratische inhoud goed valt bij een grote groep jonge mensen. De zogenaamde 'zorgzaam post-materialistische' personen, jong en hoog-opgeleid, zouden collectivistisch, op de menselijke maat, en immaterieel ingesteld zijn. Tevens speelt in dit segment de combinatie van arbeid en zorg meer dan gemiddeld. Deze groep zou in hoge mate ontvankelijk zijn voor de inhoud van *'Nieuwe wegen, vaste waarden'* en het verkiezingsprogramma *Samenleven doe je niet alleen*. Enkel het imago van het CDA, oubollig; conservatief; kerks, is voor hen een brug te ver om de aanwezige sympathie om te zetten in een stem.

De werkgroep-Groenendijk concludeert dat het aanpakken van het imago-probleem in de zojuist beschreven

groep dé opdracht van het CDA voor de toekomst is. Dat wist het CDA echter al ver voor de verkiezingen, des te opmerkelijker is het dat die wetenschap in de campagneperiode werd vergeten. Hoewel vergeten, in het campagnehandboek *'Campagnevoeren doe je niet alleen'* worden bewust vier levensstijlsegmenten tot doelgroep aangemerkt, maar niet het broodnodige levensbloed van de toekomst: de post-materialisten. Een imago opbouwen duurt jaren, een-tje afbreken enkele uren. Geloofwaardigheid en consistentie zijn de belangrijkste deugden in de politieke arena. Het kan niet zo zijn dat het CDA die basisregels niet onder de knie heeft. Waarom werd dan in de campagne een andere keuze gemaakt ten aanzien van nieuwe groepen, en waarom straalde de campagne niet hetzelfde uit als de voorgaande drie jaar? Na *'Nieuwe wegen, vaste waarden'* steeg de stemkans in de genoemde nieuwe kiezersgroepen. Onder meer door een socialer profiel, meer nadruk op het milieu (het ter discussie stellen van het concept Nederland Distributieland en de auto), en het thema gezin. Veel kiezers raakten geïnteresseerd, maar door de korte tijdsperiode bleef de twijfel over de oprechtheid van de omslag. Hoe is het aloude verwijt 'links lullen, rechts doen' beter recht te doen dan door in de periode waar het op aankomt -de verkiezingscampagne- terug te vallen op oude reflexen. Mainport Rotterdam stond weer recht overeind; Schiphol moest toch maar gewoon uitgebreid worden om de vakantievluchten niet in gevaar te brengen; de auto werd weer de heilige koe; en de harde woorden richting asielzoekers en daarvoor richting de kerken met betrekking tot het kerkasiel deden het sociale profiel geen goed. Ondanks de eerste wethouder voor gezinszaken

liet het CDA in de campagne de gezinsminister en het thema arbeid en zorg links liggen. Mogelijk ingegeven door de voor de geloofwaardigheid dodelijke verwickelingen rond het wettelijk recht op deeltijdarbeid.

De christen-democratie in Nederland - eigenlijk heel Europa- staat onder druk. Niet vanwege slechte kandidaten of een zwak program, maar door fundamentele ontwikkelingen in de samenleving. Het CDA zal moeten erkennen dat brons momenteel het hoogst haalbare is, en vanuit dat besef moeten zoeken naar een weg terug, omhoog. Daarbij staat de inhoud niet ter discussie. *'Nieuwe wegen, vaste waarden'* biedt immers meer dan genoeg aanknopingspunten; de cultuur en uitstraling; de keuze van de thema's; de concrete handelingen en beeldbepalende personen tot een eenheid moeten smeden om de tak te grijpen die het CDA uit het drijfzand kan redden. De eerste stap daartoe is een grondige oriëntatie van waar het CDA nu staat, en een eerlijke beantwoording van de echte vragen betreffende de campagne. Laat dit zomer-nummer daartoe de aftrap geven, waarna de bal bij de partij komt te liggen. Het CDA is nog vitaal genoeg om de tak van de redding, bestaande uit jonge nieuwe kiezersgroepen, te pakken. Maar, waak voor een oude dikke makkelijk te pakken tak. Deze wordt bijeen gehouden door oude imago-elementen en vaste reflexen, en zal bij een volgende aanraking afknappen en het drijfzand haar verzwelgende werking laten verrichten.

Drs. F. Femema is communicatie-adviseur bij Schoep en Van der Tooren Communicatie Consultancy.