

Jaarverslag 2005

Voorwoord

De ChristenUnie is geen macht maar een stem, een politieke stem. Om dat te kunnen zijn, heeft de ChristenUnie een stabiele partijorganisatie nodig. De partijorganisatie kan ervoor zorgen dat de stem duidelijk is, herkenbaar blijft en hoorbaar is.

De stem moet duidelijk zijn, mensen moeten de stem herkennen, opdat ze kunnen zeggen: dat is mijn stem of dat is niet mijn stem. Als het goed is, zijn er in Nederland velen die alleen in de ChristenUnie hun stem horen. Zonder de ChristenUnie zou hun stem in het parlement niet gehoord worden. Het Landelijk Bestuur meent dat het daaraan in 2005 niet ontbroken heeft. De opvattingen van de Tweede Kamerfractie over de Europese Grondwet, sociale wetgeving en asielzoekers waren anders dan die van andere groepen, met name omdat de volksvertegenwoordigers bij het bepalen van hun standpunten een bijbelse weg probeerden te gaan en dat in hun stem tot uitdrukking brachten.

Een partij moet herkenbaar blijven. Daarom is voortdurend bezinning nodig op waar de ChristenUnie voor staat. In de politiek doen zich steeds nieuwe problemen voor. Dan kun je niet volstaan met het herhalen van wat vroeger gezegd is.

Kan iedere vertegenwoordiger, elk partijlid duidelijk maken waarin het geluid van de ChristenUnie anders is dan dat van anderen? Uit een intern onderzoek is gebleken dat het daaraan nog wel eens ontbreekt. Een christelijke partij, een sociale partij, een milieupartij, allemaal mooie etiketten natuurlijk, maar wat betekenen ze in de politieke praktijk en hoe hangen ze met elkaar samen? En hoe kom je zover dat mensen het binnen de partij eens worden over standpunten? Als men het binnen de partij niet eens is, is er geen eenheid en dus geen stem.

Een partij die stemmen wil verenigen om ze hoorbaar te maken in de politieke vergaderingen, moet zelf hoorbaar en zichtbaar zijn voor de mensen. Hoe kunnen zij hun stem geven aan een partij als ze niet weten dat die partij bestaat en wat die partij zegt? Dat vereist tegenwoordig dat je aandacht krijgt in de media, landelijk en plaatselijk. Voor een kleine partij is dat moeilijk want de media denken vaak in termen van macht, getal en rumoer. Daarom is regie, eensgezindheid en deskundig gebruik van de middelen in de organisatie van grote betekenis.

Het bestuur is verheugd te kunnen melden dat in 2005 met goed resultaat gewerkt kon worden aan de profilering, herkenbaarheid en hoorbaarheid van de stem van de ChristenUnie. Wij hopen dat God dit werk zal zegenen.

Peter Blokhuis
voorzitter Landelijk Bestuur ChristenUnie

Inleiding

De aandacht van het Landelijk Bestuur kon in 2005, zoals voorgenomen, verder verschuiven van de partijorganisatie naar doorontwikkeling van de partijorganisatie en politieke inhoud. Daarbij was de visie steeds leidend:

De ChristenUnie wil de samenleving dienen door haar meer te laten functioneren naar Gods wil. Daartoe streeft zij ernaar op elk politiek niveau zo krachtig mogelijk vertegenwoordigd te zijn. De ChristenUnie fundeert haar opvattingen over de politieke vraagstukken van vandaag op het Woord van God.

De wisseling van voorzitters heeft hieraan bijgedragen. Waar de eerste voorzitter van de ChristenUnie met het Uniebestuur zich heeft ingezet te komen tot een krachtenbundeling van christenen in één politieke partij, kan de tweede voorzitter met het Landelijk Bestuur leiding geven aan een nieuwe partij met een eigen nieuwe cultuur en een vertrouwde eigen opvatting over democratie, lees: norm.

Op 22 januari 2005 bestond de ChristenUnie 5 jaar. Dit moment werd aangegrepen om een manifest relatiepolitiek te overhandigen aan André Rouvoet. Begin 2005 riepen de bezuinigingen in de samenleving veel weerstand en verzet op, vooral omdat in het bijzonder kwetsbare groepen zijn getroffen. Het vertrouwen in de overheid en in de toekomst is beschadigd. En toen werd Theo van Gogh vermoord. Het debat over integratie, over grondrechten en over de plaats van religie in de samenleving werd op scherp gezet. Bevolkingsgroepen kwamen tegenover elkaar te staan.

In deze context is het nodig dat de ChristenUnie zich bezint op een actuele vertaling van haar missie, om relevant te zijn en met onze visie en manier van doen de harten van mensen te raken. Midden in de samenleving staan. Burgers in beweging brengen door op alle niveaus mensen, maatschappelijke organisaties en kerken te mobiliseren. Om samen te zoeken naar antwoorden op de grote vragen van de samenleving en om samen activiteiten te ondernemen die concreet bijdragen aan een samenleving die meer functioneert naar Gods wil. Dit leidde tot het manifest relatiepolitiek, dat goed aansloot bij bestaande programma's en activiteiten van de ChristenUnie en ook kon worden vertaald naar de verkiezingsprogramma's voor de gemeenteraadsverkiezingen en een kader vormt voor het nieuwe verkiezingsprogramma 2007-2011.

StrategieNota

Het Landelijk Bestuur geeft op hoofdlijnen aan alle aspecten van de partij leiding, conform de StrategieNota van april 2003. In deze nota is de missie van de ChristenUnie vertaald naar strategische doelen. De nota is bedoeld als een dynamisch werkdocument voor alle geledingen in de partij en wordt elke twee jaar geactualiseerd.

In 2005 is de StrategieNota voor het eerst herijkt. De aanpassingen hebben voornamelijk betrekking op de gewijzigde verhoudingen door het zogenaamde besturen op afstand en beleidspunten die specifiek gericht waren op het tot stand komen van de fusie. De strategische doelen bleken onveranderd actueel. De herijkte StrategieNota is in deel 2 van dit verslag opgenomen.

Een cultuur van debat en vertrouwen

In 2004 heeft het Landelijk Bestuur de StrategieNota gezet in het kader van 'Investeren in vertrouwen'. Om meer zicht en helderheid te krijgen op kenmerkende en samenbindende cultuur elementen zijn in 2005 cultuur-gesprekken gevoerd in de verschillende geledingen van de partij.

De resultaten van deze gesprekken doordrongen het Landelijk Bestuur van de noodzaak om verbetering aan te brengen in het interne debat en de betrokkenheid van leden. Ook is er nog enige zorg over het beeld van de partij, dat gekleurd lijkt te worden door - soms karikaturale - vooringenomenheid en vraagt om een zekere verfrissing en originaliteit in de presentatie. Nadrukkelijk zal het bestuur deze elementen breed aan de orde stellen in de partij.

Politieke inhoud

Betekenisvolle inhoud en vitaliteit vragen om interactie met leden. Naast de mogelijkheden die leden daarvoor krijgen op lokaal niveau, vond het Landelijk Bestuur het van belang ook in de regio en landelijk hiervoor bijeenkomsten te organiseren.

Daarin blijken de Ledencongressen, die in 2005 tweemaal zijn gehouden, te voorzien. Dit instrument biedt veel mogelijkheden voor variatie, waarmee verder geëxperimenteerd zal worden. De vraag moet doordacht worden of de ChristenUnie moet toegroeien naar een door individuele leden gestuurde partij.

Werkwijze en samenstelling bestuur

Het bestuur ziet het als zijn taak te zorgen voor goede verhoudingen binnen de partijorganisatie. Daarom onderhoudt het contacten met de geledingen en ook met kiesverenigingen en Provinciale besturen. Met name de bestuurscontactpersonen voorzien hiermee ook in de behoefte van deze ChristenUnie afdelingen.

Om slagvaardig te kunnen inspelen op de politieke actualiteit is per 1 januari 2005 het zgn. actualiteiten overleg ingesteld. Dit platform - van de partijvoorzitter, de politiek leider (fractievoorzitter Tweede Kamer) en de directeur van het partijbureau - blijkt een uitstekend scharnierpunt te zijn, passend bij het vorig jaar gekozen bestuursmodel van besturen-op-afstand.

De beleidsvoorbereiding voor het Landelijk Bestuur en de uitvoering ligt primair bij het partijbureau.

In het verslagjaar is afscheid genomen van de eerste voorzitter van de ChristenUnie M.(Thijs) van Daalen en van de bestuursleden F.T.(Ans) Joosse en R.M.(Renate) Winter-de Harder.

Het Uniecongres voorzag in deze vacatures, zodat het Landelijk Bestuur als volgt is samengesteld:

P. (Peter) Blokhuis (voorzitter), L.C. (Bert) Groen (vice-voorzitter), A. (Betty) Poutsma-Jansen (secretaris), L.J. (Luuk) Tigelaar (penningmeester), J.D. (Joop) Alsema (politiek secretaris), G.G. (Gerard) Geijtenbeek (internationaal secretaris), G.J (Jan) Harmsen, J.W.(Jacques) Christiaanse, A.(Arie) de Graaf, L.J.(Bert) Niehof, E. (Esmé) Wiegman-van Meppelen Scheppink. De laatste vier zijn bestuurscontactpersonen voor communicatie met provinciale en lokale unies. Het Landelijk Bestuur vergaderde maandelijks met haar adviseurs: de voorzitters van de Tweede Kamer-, Eerste Kamer-, Euro- fracties en de directeur van het partijbureau.

Doelen en resultaten 2005

Bezoeken van verenigingen

In januari 2005 is een begin gemaakt met een bezoekeronde langs verenigingen. Bij de keus van te bezoeken verenigingen hanteerde het bestuur en partijbureau de volgende criteria:

- het niet of nauwelijks bezoeken van uniecongressen
- het nog niet gefuseerd zijn
- een onvolledig bestuur (volgens ledenadministratie)
- grootte van de fractie
- kritische omvang van de vereniging

In de eerste helft van 2005 hebben we 25 verenigingen aangeschreven. Met 19 van hen hebben we een afspraak kunnen maken. Het bezoeken van verenigingen heeft de banden aangehaald. Het werd op prijs gesteld dat we 'de moeite' namen om naar hen af te reizen. De ontmoeting heeft er toe geleid dat een aantal verenigingen zich hebben opgegeven voor verdere trainingen of hebben aangegeven dat het 'toch inderdaad wel goed is voor de onderlinge band om partijbijeenkomsten te bezoeken'. Andere verenigingen zagen onze komst als een moment om zelf ook in beweging te komen.

Het bezoeken van verenigingen is nuttig. Het is goed als vanuit landelijk bestuur, provinciale unie en partijbureau direct contact ontstaat. Dat vergroot de betrokkenheid. De agendaplanning is echter een tijdrovend karwei. Daarom hebben we in het najaar van 2005 contact gelegd met slechts 10 verenigingen. Op deze manier gaan we door met het bezoeken van verenigingen in een lager tempo. De eerste bezoeken op deze groep zijn in januari 2006 afgelegd.

Ledenontwikkelingen

Sinds het begin van de referendumcampagne, voorjaar 2005, is de instroom van nieuwe leden groter dan de uitstroom. Hierdoor is het netto resultaat over 2005 -50. In vergelijking met voorgaande jaren een goede ontwikkeling. Uit de spontane ledentoeename blijkt dat de pijn van enkele jaren geleden geen rol meer speelt. Het gevoel dat men heeft bij de partij is goed. Per ultimo 2005 zijn ongeveer 280 leden die hun contributie over de afgelopen twee jaren niet hebben betaald, geroyeerd. Hierdoor is de 'betrouwbaarheid' van het ledenbestand vergroot.

De inzet voor 2006 is deze lijn vast te houden met een duidelijk positief saldo van minimaal 500. In het laatste kwartaal van 2005 is daarom samen met een kleine 20 verenigingen een grote ledenwerfcampagne voorbereid, die in de 3e week van januari 2006 van start is gegaan.

Raadsverkiezingen

De afgelopen raadsperiode waren raadsleden van de ChristenUnie een stabiele factor in de hectiek van het dualisme. Relatief vaak mocht ook de ChristenUnie een wethouder leveren, in totaal 36. Ook nu is er een inzet op kwaliteit en betrouwbaarheid van bestuur. Daarin wil de partij zich onderscheiden.

De ChristenUnie doet in 2006 in 194 van de in totaal 458 Nederlandse gemeenten mee aan de raadsverkiezingen. In 153 gevallen zelfstandig en op 41 plaatsen via een gemeenschappelijke lijst met de SGP. In Amstelveen, Bussum, Nijefurd, Schiedam en Vlissingen wordt voor het eerst meegedaan met de gemeenteraadsverkiezingen. In gemeente Rotterdam doen we in de centrale en 4 deelgemeenten mee, samen met de SGP. In gemeente Amsterdam doen we in de hoofdstad en in Amsterdam-Zuid zelfstandig mee.

Van de ingediende kandidatenlijsten is 18,68% van de kandidaten vrouw. In totaal hebben 24 kiesverenigingen gekozen voor een vrouwelijke lijsttrekker. De jongste kandidaat op een lijst is trouwens ook een vrouw, de 15-jarige Elisha Sonnemans uit Eindhoven.

Samenwerking met de SGP

Het bestuur heeft ook, in de voorbereiding op de gemeenteraadsverkiezingen, de samenwerking met de SGP besproken. Ook heeft het bestuur hier onderzoek naar laten doen en dit onderwerp is aan de orde geweest op het voorjaarscongres.

Een afvaardiging van het bestuur heeft in 2005 3 keer overleg gehad met het Hoofdbestuur van de SGP. Het SGP-bestuur heeft toegezegd wat 'opportunistischer' met de positie van de vrouw op de lijst om te gaan. Het aantal gemeenten waar de ChristenUnie uitkomt via een ineengeschoven lijst met de SGP nam af van 49 tot 42 (- 14,3%). Voor het merendeel is deze afname toe te schrijven aan discussie over vrouwelijke kandidaten op de lijst van de ChristenUnie. Bij de goedkeuring van lokale samenwerkingsovereenkomsten heeft het Landelijk Bestuur van de ChristenUnie specifiek gekeken naar twee criteria: 1) heeft de lokale ChristenUnie in vrijheid de eigen kandidaten voor de ineengeschoven lijst kunnen stellen en 2) wordt de Kieswet op het punt van voorkeurstemmen gehonoreerd.

Actiedag "Warm lopen voor de raad"

Zaterdag 26 februari vond in Harderwijk een actiedag plaats ter voorbereiding op de gemeenteraadsverkiezingen. De opzet om lokale unies te laten 'warmlopen voor de raad' is ruimschoots geslaagd. Er waren meer dan 400 volwassenen en ongeveer 50 kinderen. In 12 verschillende workshops deed men inspiratie op voor campagnevoeren en kreeg men informatie over de technische voorbereidingen. De dag werd afgesloten met een optreden van de kinderen en een toespraak van André Rouvoet.

Start ontwikkeling verkiezingsprogramma 2007 – 2011

Conform de statuten heeft het bestuur het schrijven van een nieuw verkiezingsprogramma neergelegd bij een commissie. Dit is de gangbare praktijk en gelet op gewenste brede inbreng van kennis en ervaring uit de partij ook wenselijk.

De commissie is gevraagd een verkiezingsprogramma te ontwikkelen dat:

- aansluit bij de door de leden in een peiling aangegeven kernpunten;
- rekening houdt met de resoluties van het Ledencongres van 12 november 2005;
- herkenbaar inspeelt op de belangrijkste zorgen van het potentiële electoraat van de ChristenUnie;
- gebaseerd is op Unieverklaring, Uniefundering, Kernprogramma en bovenal de Bijbel als de betrouwbare openbaring van God de Schepper over de wereld waarin wij leven;
- drie door het bestuur aan te geven spitsen kent;
- appellerend is in die zin dat het uitdaagt en nieuwsgierig maakt door praktische politieke voornemens;
- bestaat uit een kort pamflet met kernpunten, later aangevuld met een degelijke onderbouwing in bijlagen;
- hanteerbaar is voor de Kieswijzer, zodat kiezers die onze standpunten delen ook daadwerkelijk bij de ChristenUnie als keuze-optie uitkomen;
- een terminologie en verwoording van politieke actiepunten bevat, die maximaal bijdraagt aan het voorkomen en slechten van onterechte vooroordelen;

- door te rekenen is voor het CBS.

De kernredactie staat onder voorzitterschap van de politiek secretaris van het bestuur, Joop Alsema. Verder hebben daarin zitting Paul Blokhuis (medewerker fractie Tweede Kamer), Frans Godschalk (voorzitter ministerie van SoZaWe), Joel Voordewind (clusterhoofd campagnes en communicatie van het partijbureau), Simone Kennedy (curatorium mr. Mr. G. Groen van Prinsterer Stichting) en Leon Meijer (projectredacteur).

Naast de kernredactie bestaat de commissie uit subcommissies die het programma voor de diverse deelreinen uitbouwen en onderbouwen. Aansturing van deze commissies gebeurt door de kernredactie. Uiteindelijk stelt najaar 2006 het Uniecongres het nieuwe verkiezingsprogramma vast.

Selectiecommissie voor de Kamerverkiezingen van 2007

Op 3 november 2005 heeft het Landelijk Bestuur de selectiecommissie voor de kandidatenlijst voor de Tweede-Kamerverkiezingen van mei 2007 ingesteld. In de opdracht aan de commissie is onder meer gevraagd aandacht te besteden aan de onderstaande punten.

- Voer een selectieprocedure uit volgens het geldende Reglement Kandidaatstelling, uitmondend in een rapportage met een toelichting op het gevoerde proces, een voorstel voor de lijsttrekker, een advieslijst voor de overige plaatsen op de lijst, de motivatie voor de geadviseerde volgorde voor de top-12 en voor een eventueel meervoudige voordracht.
- De commissie laat de onderstaande uitspraken van het Ledencongres van 13 november 2004 betekenisvol meewegen bij de samenstelling van de kandidatenlijst:
 - de oproep om bij kandidaatstellingprocedures t.b.v. kandidatenlijsten tot een meer evenwichtige verdeling van mannen en vrouwen te komen en daarom bij de volgende verkiezingen tenminste 25% van de kandidaten en tenminste 30% van de top-3 vrouwelijke kandidaten te laten zijn;
 - de resolutie dat op de kandidatenlijst van zowel gemeenteraden, Provinciale Staten als Tweede Kamer actief gestreefd wordt om in de top-7 minimaal 1 christelijke migrant op te nemen.
- Overigens streeft de commissie ernaar dat de uiteindelijke totale kandidatenlijst een zodanige spreiding over doelgroepen kent, dat huidige en potentiële kiezers daar voldoende affiniteit mee hebben.
- Bijzonder zwaarwegend is de eis aan kandidaten om naast inhoudelijke deskundigheid voor het Kamerwerk te beschikken over de vaardigheid om in onze huidige 'mediacratie' relevant en zichtbaar te kunnen opereren.
- Aan alle kandidaten wordt gevraagd op welke punten van het huidige verkiezingsprogramma zij een voorbehoud willen maken. Eventuele voorbehouden worden vermeld in het eindrapport van de commissie.
- De commissie hanteert een zodanige planning dat de kandidatenlijst in het najaarscongres van 2006 kan worden vastgesteld.
- Bij het eindadvies geeft de commissie ook een oordeel over de hanteerbaarheid en doeltreffendheid van het huidige reglement Kandidaatstelling.

De selectiecommissie bestaat uit de volgende leden: voorzitter Ad de Boer (directeur EO), Andries Heidema, vice-voorzitter (burgemeester), Jetty Boerma (voorzitter stuurgroep Inclusief), Marjan Haak (wethouder), Arnold van Heusden (directeur EA), Annemieke Schouten (secretaris Perspectief), Bert Brand (leidinggevende HBO), Evelin-Pierre Dumfries (interim-manager), Henk van Rhee (directeur partijbureau).

Commissie burger en politiek

Als het gaat om het beter functioneren van ons democratisch bestel, verwacht de ChristenUnie het niet primair van structuurveranderingen of inzet van andere technieken. Eerst zal het probleem achter de discussie over ons bestel, vaak aangeduid als 'kloof tussen burger en politiek', duidelijk moeten zijn. Het Landelijk Bestuur heeft daarvoor een studie- en adviescommissie ingesteld onder leiding van oud-Kamerlid Gert Schutte. De commissie is ook gevraagd aanbevelingen te doen voor het nieuwe verkiezingsprogramma. Op 8 november 2005 is de commissie geïnstalleerd door partijvoorzitter Peter Blokhuis.

De commissie is ingesteld mede op verzoek van André Rouvoet. In de Haagse politieke praktijk blijkt behoefte te bestaan om regelmatig terugkerende structuurdiscussies in een breder ideologisch en politiek kader te plaatsen. Daarom gaat de commissie zich op een aantal fundamentele thema's bezinnen, maar concrete zaken als de positie van de Eerste Kamer en diverse typen referenda komen aan bod.

Naast voorzitter Gert Schutte bestaat de commissie uit Joop Alsema (politek secretaris van de ChristenUnie), Bernadette van den Berg (socioloog en ambtelijk secretaris van deze commissie), Marcel Benard (oud-voorzitter jongerenorganisatie Perspectief), Jan Hoogland (hoogleraar wijsbegeerte), Bort Koelewijn (burgemeester), Kees van Kranenburg (statenlid en wethouder), Jurn de Vries (oud-lid Eerste Kamer), Tom Vroon (curatorium WI) en Swannet Westland (beleidsmedewerker Tweede Kamerfractie).

Internationale samenwerking

In 2005 heeft het bestuur het onderwerp declaratiegedrag van de Europarlementariërs afgewikkeld. Deze affaire heeft geleerd, dat transparantie t.a.v. het declaratiegedrag zeer belangrijk is. De Europarlementariërs zullen duidelijke regels opstellen voor het declaratiegedrag. Ook door de Bestuurdersvereniging wordt gewerkt aan een gedragscode voor ChristenUnie bestuurders.

ECPM

In 2005 heeft het internationale samenwerkingsverband van bijbelgetrouwe christenpolitici in Europa vaster vorm gekregen. Na de oriënterende conferenties in Lakitelek (Hongarije) en Amersfoort zijn vertegenwoordigers van de betrokken partijen in januari bijeen geweest in Tallinn voor een meerdaagse conferentie. Naast de inhoudelijke onderwerpen is er een bestuur gekozen, dat onder meer de taak meekreeg om een duidelijke organisatiestructuur voor te bereiden. Vanuit de ChristenUnie is Gerard Geijtenbeek in het ECPM-bestuur gekozen als vice-voorzitter. Op 15 september zijn de statuten van de vereniging ECPM vervolgens door de oprichtende partijen bij notaris Kantoor Nysingh in Zwolle vastgelegd. In november is het eerste congres (algemene vergadering) van ECPM gehouden in het Belgische Leuven. Inmiddels heeft ECPM 11 officiële lidpartijen en een groot aantal verbonden organisaties.

Vanuit de ChristenUnie zijn er in 2005 met ongeveer 10 zusterpartijen directe contacten geweest in de vorm van bezoeken. Veel van deze bezoeken waren gericht op praktische ondersteuning en uitwisseling. Ook is er zoveel mogelijk geïnvesteerd in uitbreiding van het ECPM-verband.

Matra

Naast de 2 conferenties zijn er met middelen uit het Matra-subsidieprogramma van de Nederlandse overheid diverse activiteiten georganiseerd voor training en opbouw van met name de Oost-Europese partners binnen ECPM.

Twee bijzondere projecten die de afgelopen maanden plaatsvonden waren het New Europe Forum en de vertaling van het Handboek Campagne. Het New Europe Forum in Sofia (Bulgarije) was een 3-daags seminar over christen-zijn en politiek. Thijs van Daalen verzorgde hier een workshop "praktische consequenties voor christenen in de politiek. Zo'n 50 deelnemers uit allerlei Oost-Europese landen. Mede voor dit New Europe Forum, maar ook voor andere doeleinden is het Handboek Campagne vertaald in het Engels.

Bij veel van de activiteiten en conferenties zijn er vanuit de verschillende gremia (TK, EK, Eurofractie, WI en Perspectief) bijdragen geleverd in de programma's en/of qua voorbereiding. Onderlinge afstemming hierover vond plaats in de vergaderingen van de commissie internationale samenwerking. Ook werd het draagvlak partijbreed voor ECPM zichtbaar door de giftenactie voor ECPM die ongeveer 18.000 euro opgebracht heeft.

IMD

Binnen het Institute for Multiparty Democracy (IMD) heeft voor de ChristenUnie in 2005 een belangrijke landenruil plaatsgevonden tussen de kleinere partijen. Voor de ChristenUnie is een herkenbare bijdrage aan de programma-ontwikkeling belangrijk. Het moet mogelijk zijn binnen de IMD kaders, contacten op te bouwen of onderhouden met partijen die, net als wij vanuit een christelijke overtuiging politieke keuzes maken. Omdat dat in de landen Tanzania en Mozambique dit lastig zo niet onmogelijk is, zijn we nu betrokken bij de programmalanden Suriname en Zambia.

Verder heeft binnen het IMD een belangrijke evaluatie van het hele programma plaatsgevonden. Een belangrijk verbeterpunt is de binding met de Nederlandse politieke partijen. In het eerste kwartaal van 2006 zal hierover een besluit genomen worden door het IMD bestuur.

Permanente campagne

Zichtbaar en Relevant

Via de Permanente Campagne wil de ChristenUnie haar zichtbaarheid verder vergroten en de relevantie van christelijke politiek laten zien. Dit doen we door het opzetten van landelijke en regionale acties, waarbij wordt samengewerkt met andere maatschappelijke organisaties en door het ondersteunen van thema's waar de fractie mee bezig is in de Tweede Kamer.

De Permanente Campagne kent momenteel 32 leden, die zich ieder op een eigen specialisme inzetten.

Zo is er intussen een ouderenwerkgroep ontstaan, die inmiddels een ouderenkrant heeft uitgegeven en elk kwartaal een digitale nieuwsbrief verspreidt. De ouderenwerkgroep van de ChristenUnie adviseert de partij zowel op landelijk als op regionaal en plaatselijk niveau. De werkgroep riep bijvoorbeeld op om bij de invoering van de WMO (Wet maatschappelijke Ondersteuning) vooral op de kwaliteit van de zorg te letten. Dat kan door de huidige gemeentelijke zorg in een nulmeeting vast te leggen en na een paar maanden na invoering te vergelijken met de zorg die dan beschikbaar is. Deze werkgroep heeft ook in november 2005 een trofee uitgereikt aan wat volgens de ouderenwerkgroep de beste zorginstelling is.

Ook werd in 2005 een begin gemaakt met de oprichting van de werkgroep evangelischen. Zij gaan zich toeleggen op het meer betrekken van mensen uit de Pinkster- en evangelische kerken en gemeenten. Er is al een bijeenkomst belegd in samenwerking met de Vereniging van Pinkster- en Evangelische gemeenten (VPE).

Sinds juni 2002 is er een Werkgroep ChristenUnie Multicultureel actief. Uit onderzoek onder christelijke migrantenorganisaties in Nederland blijkt, als er begin 2005 verkiezingen zouden worden gehouden, dat de ChristenUnie kan rekenen op 24% van de (volgens schattingen) 800.000 christenmigranten in Nederland. Er is door een werkgroep lid een manifest 'Gelijk zoekt zijns gelijk' geschreven over arbeidsparticipatie van migranten. Met dit manifest stelt de migrantenwerkgroep voor dat Curriculum Vitae's (CV's) voortaan zonder naam, leeftijd en sekse worden ingestuurd bij sollicitaties. Er moet een ethische code komen voor werving en selectie en quota voor bedrijven voor het beschikbaar stellen van stageplaatsen voor allochtone jongeren. De gemeente Nijmegen, waar de ChristenUnie overigens geen raadszetel heeft, heeft overigens ditzelfde voorstel gelanceerd.

De Permanente Campagne van de ChristenUnie heeft alarm geslagen over de ontwikkelingen op het gebied van de identiteits-chip. In een brief die met name onder predikanten en andere voorgangers in de partij is verspreid, is erop gewezen dat de chip met biometrische kenmerken ook in de bovenarm kan worden geïmplanteerd.

Sinds het najaar voert de ChristenUnie actie tegen onfatsoenlijke reclames. Door deze klachten te bundelen willen we bij de reclamebranche duidelijk maken dat reclames als die van Versatel met de "Hand van God" door veel mensen niet worden gewaardeerd. De ChristenUnie wil ook voorstellen doen om de Reclame Code aan te scherpen. In oktober heeft de ChristenUnie een actie gelanceerd gericht op de adverteerders bij TMF/MTV vanwege de gangstaclips. Dit naar aanleiding van de groepsverkrachting in Rotterdam. Uiteindelijk is deze actie uitgemond in twee brede mediaconferenties, met een rijke vertegenwoordiging van maatschappelijke organisaties (christelijk en niet-christelijk).

Ook de jongerenorganisatie, Perspectief is actief in de Permanente Campagne. Perspectief heeft o.m. actie gevoerd voor de bevolking van Darfur. De jongeren hebben met de actie: 'Voorkom Hotel Darfur' zo veel mogelijk handtekeningen verzameld voor het creëren van veiligheid in de vluchtelingenkampen door de internationale gemeenschap.

Door acties vanuit de Permanente Campagne heeft de Tweede Kamer ingestemd met een motie die onderschrijft dat geen enkele baan in de prostitutie aangemerkt mag worden als passende arbeid. André Rouvoet heeft ervoor gepleit dat het voor (ex) prostituees mogelijk moet zijn om de sector met uitstapprogramma's te kunnen verlaten.

Referendumcampagne

De uitslagen van het referendum zijn op twee punten bemoedigend voor de ChristenUnie.

De achterban steunde in grote lijnen de gekozen partijlijn ten opzichte van de Europese Grondwet en de Nee-campagne. Maar ook breder was er waardering voor optreden en standpunten van de ChristenUnie.

Daarnaast kreeg de partij en vooral André Rouvoet relatief veel meer publiciteit en aandacht in de media, dan het zetelaantal in de Tweede Kamer zou doen vermoeden. Zo mocht de ChristenUnie voor het eerst meedoen aan alle grote fractievoorzittersdebatten en werd een breed publiek benaderd en bereikt.

Uit de cijfers van het stemgedrag van onze achterban blijkt, dat het overgrote deel zich heeft laten overtuigen door de campagne. Dit was ook vooraf de inschatting over de mening van de achterban over Europa: kritisch Europa volgen, maar sceptisch tegenover verdergaande centralisering van de macht en federalisering staan. Niettemin had de partij er beter aan gedaan vóór de campagne een breed intern debat te voeren over de precieze standpuntbepaling en inzet tijdens de campagne. Op de twee gehouden Ledencongressen is dat overigens wel in beperkte mate al gebeurd.

Opmerkelijk was verder dat in de 'Biblebelt' het grootste aantal Nee-stemmers te vinden is, met als koploper Urk (92%).

Uit een interne enquête onder de raads- en statenleden in opdracht van de Bestuurdersvereniging, bleek grote waardering voor zowel het optreden van André Rouvoet als de campagne. Bij de vraag 'opmerkingen over de partij' werd door driekwart van de respondenten spontaan positief gereageerd op de gevoerde referendumcampagne.

Campagne raadsverkiezingen

Met het thema Voor elkaar vraagt de ChristenUnie aandacht voor het stimuleren van onderlinge contacten, gebaseerd op het christelijk-sociaal gedachtegoed van de partij en het eerder uitgebrachte Appèl tot relatiepolitiek. De ChristenUnie kiest voor het thema *Voor elkaar* om aan te geven dat de overheid oog moet hebben voor de doorgeslagen individualisering. Die uit zich in toegenomen eenzaamheid, sociale onveiligheid op straat en onverschilligheid. Met het uitdelen van 118.000 koffiezakjes met de opdruk: *Bakkie koffie* wil de partij symbolisch het contact tussen mensen in buurten en straten stimuleren. Ook in de TV-spot is een straatfeest te zien, waar politiek leider André Rouvoet koffie schenkt voor buurtbewoners. Deze TV-spot is zowel op de publieke zenders als op alle regionale omroepen te zien.

Op 18 februari organiseerde de ChristenUnie in Amsterdam een Gospel Night (500 bezoekers) samen met zes migrantenkerken.

Op 28 februari organiseerde de ChristenUnie samen met Tineke Huizinga en bekende Nederlanders in de voedselbank van Amsterdam Zuidoost een kookmiddag voor daklozen. De partij wil hiermee aandacht vragen voor de toegenomen armoede in Nederland en roept gemeenten op om dit soort initiatieven ook financieel te ondersteunen.

De Tweede- en Eerste-Kamerleden van de ChristenUnie werkten, samen met oud-Kamerleden, mee aan de campagne en ondersteunden tot 7 maart zo'n 50 lokale campagneavonden. Vaak in combinatie met een werkbezoek of bezoeken aan de plaatselijke politieke markten. Op deze markten zijn de Kamerleden en lokale lijsttrekkers beschikbaar geweest om vragen van het winkelend publiek te beantwoorden.

Iedereen van de partij

Met het oog op de gemeenteraadsverkiezingen van maart 2006 hebben we een gedeelte van het programma omgebouwd. Een deel van de derde module, samen invloed uitoefenen, is samen met een korte campagnetraining verwerkt in de Regionale training lokale verkiezingen. In samenwerking met de provinciale unies is op 4 plaatsen deze training gegeven. Meer dan 170 mensen uit ruim 40 lokale ChristenUnies hebben met elkaar

1. een visie op hun eigen samenleving geformuleerd;
2. een vertaalslag gemaakt naar politieke speerpunten;
3. nagedacht over aansprekende, eigentijdse manier van campagnevoeren voor de speerpunten.

De reacties waren overwegend positief. De onderlinge uitwisseling van ideeën, ervaringen en kritiek geven op elkaars plannen was zeer waardevol.

Samenvattend kunnen we stellen dat met name dankzij de Regionale training lokale verkiezingen we met het programma van Iedereen van de partij! ongeveer 25% van de verenigingen hebben bereikt.

Cursusaanbod overige cursussen

Naar de training "Overtuigend spreken" van ds. Ron van der Spoel is veel vraag. In 2005 hebben in totaal 64 mannen en vrouwen deelgenomen. Voor het overgrote deel zijn zij nu al actief in de lokale politiek als raadslid of wethouder, 13 van hen zijn actief in de steunfractie.

Met de "Instapcursus lokale politiek" hebben 50 mensen zich in 2 verschillende rondes voorbereid op hun taak in de gemeenteraad. Voor het merendeel leden die op een verkiesbare plaats staan.

Met het oog op moeiten in de voorbereiding van de gemeenteraadsverkiezingen is een operatie "Spoedhulp" opgezet. In totaal vier verenigingen hebben hiervan gebruik gemaakt. Meest in het oog springende resultaat is dat ChristenUnie Hoekse Waard in Oud Beijerland toch meedoet aan de gemeenteraadsverkiezingen van 7 maart 2006.

De ChristenUnie Barneveld heeft in samenwerking met het partijbureau een ChristenUnie Introductie cursus georganiseerd. Hieraan hebben 18 mensen deelgenomen.

Project vernieuwing website

In 2005 is gewerkt aan de complete vernieuwing van de internetsite van de ChristenUnie. Na een uitgebreid offertetraject is een leverancier geselecteerd en in het najaar van 2005 is begonnen met de bouw van het nieuwe internetplatform. De site is begin 2006 intussen gelanceerd en via workshops hebben lokale webmasters zich kunnen inwerken op de nieuwe mogelijkheden. De hele site is opnieuw vormgegeven, waarbij er veel aandacht is geweest voor het gebruik van foto's en de toegankelijkheid voor gehandicapten.

Bij dit project ging het echter niet alleen om een nieuwe internetsite. Er is tegelijkertijd strategisch ingezet op een verbetering van de interne en externe partijcommunicatie met ondersteuning van internet. Door op de homepage overal één item duidelijk centraal te stellen stimuleert de site het denken in politieke spitsen en een onderscheidend profiel. Nu al merken lokale webmasters, dat deze communicatieslag ook een inspanning van de fracties vraagt. Zij moeten immers de input leveren voor de politieke spitsen.

Belangrijkste innovatie in het nieuwe systeem is de koppeling met de ledenadministratie. Verschillende adresbestanden zijn hierbij geïntegreerd, zodat het partijbureau in 2006 zoveel mogelijk nog maar één adresbestand heeft. Dit levert een besparing op aan administratieve uren op het partijbureau, die hierdoor anders kunnen worden ingezet. De koppeling maakt het tevens mogelijk om secretarissen van kiesverenigingen via internet toegang te geven tot hun actuele ledenlijsten. Hieraan is bovendien een module gekoppeld, waarmee snel gepersonaliseerde mailings kunnen worden gestuurd naar specifieke relatiegroepen. Deze mogelijkheden worden in 2006 verder uitgebouwd.

Een andere reden voor de koppeling van de website met de ledenadministratie is de toevoeging van interactieve functies op de site. Alle leden (kiesverenigingen) krijgen voorjaar 2006 een persoonlijk wachtwoord, waarmee zij toegang krijgen tot ledenpagina's op de website. Hierbij zal er o.a. een ledenforum worden aangeboden. Deze functionaliteit zal geleidelijk verder worden uitgebreid. In 2006 zullen bijvoorbeeld specifieke afgeschermdde pagina's voor raadsleden worden ontwikkeld, zodat raads- en statenleden onderling ideeën kunnen uitwisselen.

Vooruitblik 2006

Ledenbeleid

In 2006 hopen we op een groei van minimaal 500 leden. Daarvoor wordt een aantal grote ledenwerfacties opgezet. Daarnaast activeren we de lokale ChristenUnies om zelf ook werk te maken van ledenwerving.

Om de nieuwe leden, maar ook de huidige, te binden aan de partij, is het nodig om het hele ledenbeleid nog weer eens onder de loep te nemen. Voor de toekomst van de ChristenUnie is het belangrijk dat we een sterke binding hebben, zeker ook lokaal, met onze leden. Zij zijn de ambassadeurs voor ons. De nieuwe generatie moet de weg binnen de ChristenUnie goed kunnen vinden. Kennis en deskundigheid moeten niet verloren gaan.

Doorlichten reglementen en contributieregeling

In 2006 start het partijbureau met een project om alle reglementen en procedures van de partij op hun werkbaarheid door te lichten. De indruk bestaat, dat er wellicht hier en daar een vereenvoudiging mogelijk is. Daar waar reglementen open debat en betrokkenheid in de weg staan, moeten ze worden aangepast. Het streven is om voorstellen voor herziening van de documenten in het Uniecongres van voorjaar 2007 op de agenda te hebben.

Ook vindt er studie plaats naar de contributieregeling en in het bijzonder de verdeling van de geïnde bedragen over kiesvereniging, provincie en bureau. Met name het deel dat naar de Provinciale Unies gaat lijkt niet zo verdeeld te worden, dat provinciale taken door het hele land optimaal zijn uit te voeren. In samenspraak met het Unieconvent ontwikkelt het bureau daarvoor een voorstel.

Bijlage bij Jaarverslag 2005: Herijkte Strategienota ChristenUnie

Vastgesteld door het Landelijk Bestuur op 1 april 2003 en besproken op het 8^e Uniecongres (24 mei 2003)
Geëvalueerd, verkort en aangescherpt door het Landelijk Bestuur december 2005

Karakter van deze nota

De titel Strategienota ChristenUnie heeft wellicht iets te veel pretentie. Deze benaming zou de indruk kunnen wekken, dat we hier een nota hebben die voor de hele partij de inhoud en richting bepaalt. Dat zou mooi zijn, maar is niet realistisch. Inhoudelijk leggen we namelijk de strategie vast in het partij- en verkiezingsprogramma. Het is daarom beter om het karakter te zien als een nota met de bestuurlijke prioriteiten voor de komende periode. Als die goed zijn en een adequate uitwerking krijgen, zal de partij als geheel steeds meer strategisch gaan opereren.

Waar staan we nu?

De eerste jaren van de ChristenUnie zijn turbulent geweest en hebben ook spanningen gegeven. Eind 2005 kunnen we echter zeggen dat de partij in stabielere vaarwater terecht is gekomen. Door velen wordt met veel enthousiasme en elan gewerkt aan het steeds sterker en breder neerzetten van de ChristenUnie. De perspectieven bij komende verkiezingen zijn goed volgens de peilingen. En onder andere de sterke toename van het aantal abonnees op de gebedsbrief laat zien dat we voluit ChristenUnie blijven.

Het is en blijft van groot belang dat de verschillende partijgeledingen inhoud en betekenis geven aan het opereren binnen één partijverband. Elke geleding heeft een eigen verantwoordelijkheid, maar deze dient toch afgestemd te zijn op het algemene partijbelang. Deze strategienota wil daartoe de basis bieden. Het is de verantwoordelijkheid van het Landelijk Bestuur om hier – afhankelijk van de situatie - afstemmend, coördinerend of sturend een leidende rol te spelen.

Doorwerking strategie

De strategienota zal zijn doorwerking moeten krijgen in jaarlijkse werkplannen van de verschillende onderdelen van de ChristenUnie. De strategie is telkens geldig voor een periode van vijf jaar en zal elke twee jaar voortschrijdend worden bijgesteld.

De strategienota is eerst en vooral intern gericht op de organisatieonderdelen van de ChristenUnie. Maar bij een politieke partij is draagvlak bij leden en kiezers van cruciaal belang. Dit vergt proactieve interne communicatie en debat met alle betrokkenen bij een partijonderdeel.

De ChristenUnie moet het vanzelfsprekende podium zijn voor het christelijk-politieke debat. Daarbij hebben onze volksvertegenwoordigers een cruciale rol. De rol van de Tweede-Kamerfractie is in het bijzonder van groot belang. Zeker daar zal telkens moeten blijken wat het principiële en politieke bestaansrecht van de ChristenUnie is.

De missie van de ChristenUnie

In de missie van de ChristenUnie is kernachtig verwoord waar zij zich op wil richten.

De ChristenUnie wil de samenleving dienen door haar meer te laten functioneren naar Gods wil. Daartoe streeft zij ernaar op elk politiek niveau zo krachtig mogelijk vertegenwoordigd te zijn. De ChristenUnie fundeert haar opvattingen over de politieke vraagstukken van vandaag op het Woord van God. Deze missie is het vertrekpunt voor de strategie.

De ChristenUnie wil een politieke partij zijn die midden in de samenleving staat en haar in beweging brengt, terug naar Gods bedoelingen. Zij mobiliseert mensen, maatschappelijke organisaties, bedrijfsleven en kerken om samen na te denken over haar politieke boodschap en om acties te ondernemen die bijdragen aan een realisatie van de missie. Dat vraagt van onze partij een voortdurende inspanning om christelijke waarden te vertalen in (publieke) normen voor de overheid en de samenleving.

Kansen en bedreigingen

Met de kansen van de ChristenUnie is het eind 2005 redelijk goed gesteld.

- Er zijn mogelijkheden om het draagvlak onder de kiezers nog verder uit te breiden. Daarmee ontstaat er een basis voor een nog krachtiger vertegenwoordiging op elk politiek niveau.

- Het inhoudelijke debat krijgt meer ruimte in de partij, onder andere door Ledencongressen, polls en internetfora. Dit zal tot meer betrokken leden leiden.
- Verschijnselen als het postmodernisme en een meer manifeste roep om leiding en daadwerkelijke aanpak van problemen bieden kansen voor visie en daadkracht, eigenschappen waar onze partij vanuit de identiteit en missie sterk in is.
- Belemmerende vooroordelen in de media als 'klein rechts' hebben we van ons af kunnen schudden. Ook is er een onderscheiden mediaprofilering t.o.v. de SGP ontstaan. De visie en mening van de ChristenUnie is steeds vaker een factor in het publieke debat, niet in de laatste plaats door het werk van de Tweede Kamerfractie.

Er zijn echter ook zwakke punten die we moeten aanpakken en bedreigingen waar we ons tegen moeten wapenen.

- De interne communicatie en afstemming vragen om een verdere verbetering. Dat geldt onder meer voor de inhoudelijke afstemming tussen de verschillende bestuurlijke niveaus onderling. Maar ook Landelijke organen, kiesverenigingen en leden dienen beter op elkaar aangesloten te raken en meer vanuit een gedeeld perspectief te werken. Speciale aandacht is nodig voor een optimale integratie van het WI en de Bestuurdersvereniging.
- Een interne zwakte en bedreiging werd recent blootgelegd via een serie brown paper sessies. Dat onderzoek gaf aan dat er in de partij tekorten ervaren worden op het vlak van debatacultuur en betrokkenheid. Ook is de bewaking van het imago nog niet voldoende gewaarborgd.
- Hetzelfde onderzoek gaf aan dat het profiel en de diepgang van met name de lokale bestuurders verbetering behoeft.
- Gestructureerde scouting, opleiding, vorming en training van bestuurders en politici is een punt van zorg. Voor een handhaven van het huidige niveau en noodzakelijke doorontwikkeling zijn gerichte investeringen gewenst.
- Bedreigingen voor de partij zijn er bovendien vanuit de aanhoudende libertijnse roep om religie en geloof uit het publieke domein te weren. Dit vraagt om een voortdurende alertheid op het gebied van bestuurlijke en staatkundige verandering en zo mogelijk een creatieve en proactieve waarborging van de verworven positie.

Strategische doelen

Gebaseerd op het voorgaande kiest de ChristenUnie voor de komende vijf jaar de volgende strategische doelen..

We kiezen ervoor om op alle bestuurlijke niveaus met een voluit bijbelse **politieke boodschap** zichtbaar, relevant en verrassend telkens een zo breed mogelijke doelgroep aan te spreken.

We investeren in een groeiend aantal **leden** en proberen hun kwaliteiten maximaal te benutten en op de passende plek strategisch in te zetten.

We verbeteren scouting, opleiding, vorming en training ter ondersteuning van enthousiaste leden die bereid en gekwalificeerd zijn om als **volksvertegenwoordiger of bestuurder** in raden, staten en parlementen te functioneren.

We willen op alle niveaus binnen een **netwerk** van relevante maatschappelijke organisaties en kerken functioneren. Zo garanderen we enerzijds relevante input voor politiek functioneren en creëren we anderzijds draagvlak voor actie om gewenste maatschappelijke ontwikkelingen te bevorderen.

We blijven werken aan een **structuur en cultuur** die de realisatie van voornoemde doelen maximaal ondersteunt. Er is speciale aandacht voor het bevorderen van betrokkenheid en intern debat. Regels en procedures in reglementen mogen geen hindernis zijn voor inhoudelijke doelen.

Strategische acties

Om deze strategische doelen te realiseren zijn keuzes nodig ten aanzien van de te ondernemen activiteiten. Hieronder worden de hoofdactiviteiten, elk geconcretiseerd in verschillende actiepunten uitgewerkt. Per actiepunt is een trekker aangegeven die ervoor verantwoordelijk is dat actiepunt in samenwerking met andere relevante partijgeledingen op te pakken. Aandachtspunt daarbij is enige mate van meetbaarheid van het resultaat van de actie.

1. Investeren in onze boodschap

We kiezen ervoor om op alle bestuurlijke niveaus met een voluit bijbelse politieke boodschap zichtbaar, relevant en verrassend telkens een zo breed mogelijke doelgroep aan te spreken.

“De ChristenUnie fundeert haar opvattingen over de politieke vraagstukken van vandaag op het Woord van God.” Deze zinsnede uit de missie is startpunt voor de inhoudelijke keuzes. De ChristenUnie heeft een onderscheidend en herkenbaar programma. Het is een programma dat staat op een solide bijbels fundament.

We leven in een zeer dynamische maatschappij waarin de nieuwe ontwikkelingen soms over elkaar heen lijken te buitelen en waarbij wat gisteren nog algemeen als norm werd geaccepteerd vandaag al als achterhaald wordt afgedaan. De door media gestimuleerde cultuur van steeds nieuwe vragen en het voortdurend ter discussie stellen van oude antwoorden vraagt om een alerte, stabiele en niet-opportunistische politieke opstelling.

Voor het meedoen in het politieke bedrijf is het van groot belang onze principiële uitgangspunten telkens op een mediagenieke manier actueel te vertalen naar relevante doelgroepen. Bij de campagne over de Europese grondwet hebben we in dat opzicht een goede ontwikkeling doorgemaakt en veel geleerd.

De concrete resultaten die weten te bereiken moeten we met verve uitdragen. Niet alleen onze volksvertegenwoordigers maar ook onze leden hebben daarbij een heel belangrijke rol.

En waar we nog geen politiek resultaat kunnen behalen, schromen we niet om maatschappelijke actie te ontketenen om het politieke klimaat ontvankelijk te maken voor veranderingen langs democratische weg.

Actiepunten:

- 1.1 *Stimuleren dat ook tussen de verkiezingen door op alle niveaus wordt geïnvesteerd in het actualiseren, toespitsen en verrassend uitdragen van onze politieke boodschap. Daarbij kunnen we veel leren van de in het kader van de Permanente Campagne door partijbureau en TK-fractie ontwikkelde instrumenten. Deze instrumenten moeten ook benut en doorontwikkeld worden om een groeiende groep leden, kerken en maatschappelijke organisaties actief en met invloed te betrekken bij het denken over en realiseren van onze politieke doelen. [Partijbureau]*
- 1.2 *Gecoördineerd en planmatig in woord, beeld en daad uitdragen van onze boodschap(pers) op alle niveaus. Daarbij bijzondere aandacht om onze actuele politieke speerpunten bij elk lid op het netvlies te krijgen en te houden. Basis daarvoor is een goede coporate communicatiestrategie. [LB, Partijbureau, fracties, Bestuurdersvereniging]*
- 1.3 *Het Wetenschappelijk Instituut optimaal betrekken bij het verdiepen en relevant maken van onze politieke boodschap. Het bestuur stimuleert de deelname van relevante partijgeledingen aan bezinning binnen het WI. In het kader daarvan vindt er jaarlijks een overleg plaats tussen vertegenwoordigers van het LB en het Curatorium. Er dient als verantwoording voor de financiële bijdrage van de partij aan het WI een vorm van toetsing te komen van de partijpolitieke betekenis van de producten die het WI afscheidt. [LB en Curatorium]*
- 1.4 *Bestaande marktonderzoeken benutten en zelf regelmatig aanvullend onderzoek doen om onderscheiden doelgroepen gericht te kunnen benaderen. [Partijbureau]*
- 1.5 *Aandacht in het aanbod van cursuswerk voor het zichtbaar, relevant en verrassend uitdragen van de boodschap van de ChristenUnie. [Partijbureau]*

2. Investeren in onze lokale basis

We investeren in een groeiend aantal leden en proberen hun kwaliteiten maximaal te benutten en op de passende plek strategisch in te zetten.

De plaatselijke politieke verenigingen vormen organisatorisch de basis van de ChristenUnie.

Met deze basisstructuur van ruim 200 kiesverenigingen onderscheiden we ons van de meeste andere politieke partijen en dat willen we ook zo houden. Toch kan de partij de relatie met individuele leden niet alleen aan de kiesverenigingen overlaten. Veel kiesverenigingen leiden momenteel een kwakkelend bestaan. Vaak ontbreekt het aan kader voor het bestuurlijke werk en het onderhouden van contacten met de leden. Overkoepelende ondersteuning voor bereik en inzet van leden is daarom gewenst. Los van de hiërarchische structuur van de partij moet er in deze tijd van snelle en open communicatie een platform zijn voor politieke participatie van de leden. Het experiment met polls en ledencongressen is een stap in de

goede richting. Ook vernieuwing van de internetfaciliteiten zal nieuwe mogelijkheden bieden leden te bereiken en hun input te benutten.

Een nadere bezinning op wat je lokaal en centraal doet en hoe je dat afstemt, is daarom gewenst.

Lokale besturen houden hoe dan ook een grote verantwoordelijkheid voor betrokkenheid en inzet van leden, in het bijzonder rond verkiezingen.

Voor een vitale partij is verder een continu gesprek tussen leden en onze volksvertegenwoordigers op alle niveaus noodzakelijk. Dit gesprek kan ook meer vanuit fracties worden geïnitieerd.

De ChristenUnie wil faciliteiten, stimulansen en instrumenten bieden aan besturen van lokale kiesverenigingen om meer mensen gericht bij de partij te betrekken.

We onderscheiden leden in onze benadering in doeners, denkers en supporters.

De cursus ledereen van de Partij helpt via een eenvoudige analyse zwakke punten lokaal aan te pakken.

Een deel van de acties om meer mensen bij de partij te betrekken is gericht op specifieke doelgroepen.

De stuurgroep Inclusief richt zich op de participatie van vrouwen op alle niveaus.

De werkgroep Migranten bouwt aan bruggen naar christenmigranten.

En Perspectief probeert meer jongeren bij de partij te betrekken.

Actiepunten:

- 2.1 *Uitbouwen van de landelijk overkoepelende ledenbinding via polls, congressen, regiotour, vernieuwing van de internetmogelijkheden, bestaande bladen etc. [Partijbureau]*
- 2.2 *Doorontwikkeling van de cursus ledereen van de Partij en breed uitrollen daarvan in de partij. Daarnaast ook maatwerk-trainingen voor specifieke problemen. [Partijbureau]*
- 2.3 *Actief bezoeken van slecht functionerende kiesverenigingen. [Provinciale Unie, Bestuurscontactpersonen en Partijbureau]*
- 2.4 *Een gecombineerde aanpak op landelijk en lokaal niveau van de ledenwerving. [Partijbureau]*
- 2.5 *Uitwerking van een 'witte vlekken plan'. Daar waar lokaal kiezerspotentieel aanwezig is (bijvoorbeeld blijkend door uitslagen verkiezingen) moeten we optimaal proberen voet aan de grond te krijgen. [Provinciale Unie en Partijbureau]*
- 2.6 *Bevorderen participatie doelgroepen vrouwen, migranten en jongeren. [Inclusief, PC en Perspectief]*

3. Investeren in onze volksvertegenwoordigers en bestuurders

We verbeteren scouting, opleiding, vorming en training ter ondersteuning van enthousiaste leden die bereid en gekwalificeerd zijn om als volksvertegenwoordiger of bestuurder in raden, staten en parlementen te functioneren.

“Op elk politiek niveau zo krachtig mogelijk vertegenwoordigd”, zegt onze missie. Het zijn onze volksvertegenwoordigers en bestuurders die in de frontlinie van het openbaar bestuur aan dit onderdeel van de missie invulling moeten geven. Zeker in onze huidige samenleving worden er hoge eisen aan onze mensen gesteld om als christen met kracht de boodschap van de ChristenUnie uit te dragen en resultaten te boeken. Het vraagt een stijl die te typeren is als: proactief, creatief, kritisch-constructief en resultaatgericht.

Dat betekent dat de ChristenUnie moet investeren in deze mensen. Investeren in kwaliteit (kennis, houding en vaardigheden), in kwantiteit (vasthouden van bestaande en werven van nieuwe mensen) en in inhoudelijke ondersteuning. Dit is van wezenlijk belang voor de toekomst van de ChristenUnie. Bij dit proces moeten ook de jongerenorganisatie Perspectief en de stuurgroep Inclusief (vrouwenparticipatie) worden betrokken.

Daarnaast moet worden gewerkt aan een goede samenhang van de politieke inbreng binnen de verschillende niveaus (gemeente, provincie, landelijk en Europees).

De oplossingen die voor maatschappelijke vraagstukken gezocht worden, kunnen soms uitsluitend op lokaal niveau worden uitgevoerd, maar vaak is daarbij ook het provinciale en landelijke niveau nodig. Dit "opschalen" dient gemakkelijk en zichtbaar voor het publiek te gebeuren. Hetzelfde geldt overigens voor de omgekeerde weg. Er is daarom een zeer goed overleg nodig tussen de verschillende politieke niveaus. Alle fracties hebben in de ChristenUnie de verantwoordelijkheid om elkaar tijdig te informeren! Het Platform decentraal bestuur van de Bestuurdersvereniging en het Politiek beraad vervullen hierin een sleutelrol. Ook nieuwe internetfuncties als afgeschermd specialistische fora rond een bepaald thema moeten een steeds grotere betekenis krijgen in de wederzijdse afstemming en informatie-uitwisseling. Nadere bezinning op een mogelijke betere afstemming of stroomlijning van het Platform decentraal bestuur en het Politiek beraad is gewenst.

Actiepunten:

- 3.1 Kritisch doorlichten (en waar nodig opschonen en aanvullen) van het huidige aanbod trainingen en cursussen voor (aankomende) volksvertegenwoordigers en bestuurders op actualiteit en vraaggerichtheid. [Partijbureau]
- 3.2 De ontwikkeling van een samenhangend plan voor opleiding, vorming, verdieping en training, waarin ook de leerervaring uit de Permanente Campagne wordt meegenomen. Het daaruit voortvloeiende aanbod moeten we zo laagdrempelig en wervend mogelijk aanreiken. [Partijbureau]
- 3.3 Aanleggen van een door leden zelf via internet bij te houden kwaliteitenregister en de instelling van een permanente scoutingcommissie. [Partijbureau]
- 3.4 De ontwikkeling van een coachinstrument en trainingsaanbod voor bestuurlijk en politiek talent. [Partijbureau]
- 3.5 Optimaliseren ontsluiting en uitwisseling kennis en informatie via internet.
- 3.6 Bevorderen van consistentie en effectiviteit van politieke stellingname door het stimuleren, faciliteren van het schakelen en afstemmen binnen en tussen de verschillende politieke niveaus [Politiek secretaris en Partijbureau,]
- 3.7 Bevorderen van de doorstroming in politieke functies om zo het jongere potentieel ook kansen te geven. Te overwegen valt bijvoorbeeld een studie te doen naar hanteerbare criteria voor het bepalen van de maximum zittingsperiode. [Bestuurdersvereniging]

4. Netwerken

We willen op alle niveaus binnen een netwerk van relevante maatschappelijke organisaties en kerken functioneren. Zo garanderen we enerzijds relevante input voor politiek functioneren en creëren we anderzijds draagvlak voor actie om gewenste maatschappelijke ontwikkelingen te bevorderen.

De ChristenUnie opereert niet vanuit een maakbaarheidsideaal. Markt, individu en staat zijn ongeschikt en niet in staat om de maatschappij op de juiste wijze vorm te geven. Laat staan om deze te laten functioneren naar Gods wil. Onze partij opereert vanuit een visie op onderscheiden verantwoordelijkheden van de diverse maatschappelijke verbanden. In de politiek moet het daarom gaan om een samenwerking met die verbanden. Bij kerken, maatschappelijke verbanden en bedrijfsleven zoeken we input en steun voor ons politieke handelen.

Verschillende fracties kennen al langer min of meer intensieve contacten met maatschappelijke organisaties. Afhankelijk van de invalshoek gaat het hierbij respectievelijk om lobby of advies.

Met de Permanente Campagne is de partij nog een stap verder gegaan met het werken in netwerken. Per beleidsterrein zijn maatschappelijke organisaties en kerken samengebracht voor politieke input en het gezamenlijk voeren van actie. Deze aanpak heeft geleid tot relevante beleidsinitiatieven en grotere zichtbaarheid en relevantie van de partij. Het verrassende karakter van de acties helpt om de positie in de media te behouden. De opgedane ervaringen stimuleren om op de ingeslagen weg door te gaan.

Actiepunten:

- 4.1 Opbouwen van politiek maatschappelijke (levensbeschouwelijke) netwerken op verschillende schaalniveaus tussen onze volksvertegenwoordigers en bestuurders en maatschappelijke organisaties en kerken. [Bestuurdersvereniging]
- 4.2 Doorontwikkeling van de Permanente Campagne als instrument voor politieke actie, zichtbaarheid en betrekken van maatschappelijke organisaties en nieuwe doelgroepen (migranten, evangelischen, vrouwen en ouderen). [Partijbureau en Inclusief]
- 4.3 Uitvoeren van een actief uitnodigingsbeleid naar maatschappelijke partners voor partijcongressen.[ledereen]
- 4.4 Aandacht voor internationale netwerken, mede met het oog op christelijke fractievorming in Europa. {ECPM en Eurofractie}

5. Aandacht voor een open cultuur in een heldere structuur

We blijven werken aan een structuur en cultuur die de realisatie van voornoemde doelen maximaal ondersteunt. Er is speciale aandacht voor het bevorderen van betrokkenheid en intern debat. Regels en procedures in reglementen mogen geen hindernis zijn voor inhoudelijke doelen.

Kijkend naar de huidige structuur van de ChristenUnie kan worden gesteld dat deze in hoofdlijnen logisch en samenhangend is. De in het Landelijk Bestuur doorgevoerde slag naar besturen op hoofdlijnen heeft rust en stabiliteit gebracht in de partij. Het Ledencongres heeft zonder noemenswaardige discussie over bevoegdheden en hiërarchie een vaste plek in de partij gekregen.

Wel zijn er op het punt van structuur diverse verbeterpunten te noemen:

- a. Versterking van onderlinge samenhang en afstemming tussen de verschillende onderdelen van de ChristenUnie.
- b. Verdere uitwerking van de rol en functie van de huidige PCR-en en het functioneren van het UnieConvent.
- c. Voorkomen van doublures en het regelen van een goede afstemming tussen de activiteiten van het Platform decentraal bestuur, de Bestuurdersvereniging en het Politiek beraad.
- d. Vereenvoudiging van reglementen, handboeken en procedures op punten waar deze onduidelijk zijn of belemmerend voor organisatie en cultuur.

Minstens zo belangrijk als de structuur is de cultuur van de ChristenUnie. Hoe gaan we binnen de partij met elkaar om. Voel ik me er thuis en kan ik er mijn ei kwijt? Met het samengaan van GPV en RPF zijn ook twee partijculturen bij elkaar gekomen. "Het voelt anders dan vroeger" hoorde je in het begin nogal eens van onze leden. Cultuur is veel moeilijker grijpbaar dan structuur, maar kan wel degelijk door gerichte maatregelen worden beïnvloed.

Het in 2005 uitgevoerde cultuuronderzoek (brown paper sessie) heeft aangetoond dat de spanningen niet zo zeer meer zitten in de samenwerking van oude bloedgroepen. Wel leek er spanning te zijn opgebouwd door een gebrek aan debat en betrokkenheid in de partij. Ook was er zorg over aanleiding die we soms zelf geven voor de vorming van onjuiste vooroordelen.

De cultuur van de ChristenUnie moet als basis het besef hebben dat de leden en vertegenwoordigers van de ChristenUnie aanspreekbaar zijn op Gods Woord en Christus willen navolgen. We dienen in dit verband zo veel mogelijk eventuele discussie over persoonlijke integriteit te voorkomen.

We willen een politieke partij zijn die harten weet te raken en waarin leden hartelijk met elkaar omgaan..

Kernwoorden voor onze cultuur in de komende tijd moeten zijn:

- bevordering van openheid en debat
- groeien in betrokkenheid
- voorkomen van onterechte vooroordelen door een authentiek christelijke uitstraling

Actiepunten:

- 5.1 Het ontwikkelen van een ethische en financiële gedragscode voor politieke en andere functies binnen en namens de ChristenUnie, waarop men aanspreekbaar en toetsbaar is. [LB]
- 5.2 Aandacht voor een zorgvuldige omgang met leden en relaties binnen en buiten de partij. [Iedereen]
- 5.3 Narekenbare en transparante procedures rond benoemingen en kandidaatstelling. [LB]
- 5.4 Eerlijke interne en externe communicatie.. [Iedereen]