



# *Evaluatie verkiezingen 2019*

**NU KIEZEN**

*Voor een brede volkspartij*

*met lef en perspectief*

Commissie Krijger | September 2019

## Inhoud

<i>Inleiding en verantwoording</i>	5
<b>1. Context</b>	7
<b>2. Provinciale Statenverkiezingen en Eerste Kamerverkiezingen 2019</b>	9
<b>3. Waterschapsverkiezingen 2019</b>	19
<b>4. Europese Parlementsverkiezingen 2019</b>	23
<b>5. Conclusies</b>	29
<b>6. Aanbevelingen: Kansen voor 2021/2022</b>	31
<i>Bronnen</i>	33
<i>Interviewlijst</i>	35

*“Voor mij gaat het vooral om de inhoud, een eigentijds perspectief.”*

Citaat uit interview met Hannie van Leeuwen (1926 – 2018) in het boek ‘25 jaar CDA’, 2005

*“De kracht van het politieke midden is terug.”*

Citaat uit interview met Pieter Heerma in Trouw, 6 juli 2019

## Inleiding en verantwoording

“Bij de volgende verkiezingen hebben wij de ambitie dat het CDA weer een brede volkspartij is die mensen van alle generaties echt aanspreekt. Met die ambitie voor ogen, willen wij graag weten: wat kunnen wij meenemen als leerpunten van de verkiezingen in 2019 voor de Provinciale Staten, waterschapsbesturen en het Europees Parlement?” Dit was in de kern de opdracht die onze evaluatiecommissie meekreeg van het Dagelijks Bestuur van het CDA. Met aandacht voor de feiten, de analyse en duiding van de verkiezingsuitslagen van 2019 én vooral: wat kunnen we er concreet van leren en meenemen voor de nabije toekomst?

De commissie heeft in een tijdsbestek van vijf maanden gesprekken gevoerd met lokale, provinciale, landelijke en Europese politici, bestuurders, campagneleiders, leden, kiezers en deskundigen van buiten. Ook hebben we tientallen brieven, e-mails en campagne-evaluaties van provinciale afdelingen, waterschappen en het partijbureau bestudeerd.

Bij het voeren van de gesprekken hebben wij ons als commissie op verzoek van het CDA-bestuur vooral gericht op vijf aspecten: de analyse van de uitslagen, de campagne, de politieke koers, rol van de boegbeelden en lessen voor het CDA richting de verkiezingen van 2021/2022. In dit korte, concrete en toekomstgerichte rapport beginnen wij met een weergave van de context, het bredere perspectief waarbinnen de verkiezingen van 2019 plaatsvonden. Daarna volgen analyse en duiding van de resultaten, gevolgd door conclusies en aanbevelingen.

Als commissie is ons duidelijk geworden: er is veel vertrouwen dat het CDA juist in deze veranderende samenleving veel kansen heeft om de trend van het dalende aantal kiezers en leden te keren. Om dat perspectief werkelijkheid te laten worden is wel een gevoel van urgentie nodig in de partij. Er is sterke behoefte aan een strategie die inspireert en aanzet tot keuzes. Keuzes om te komen tot een eigentijds, positief verhaal dat herkenbaar voortkomt uit onze uitgangspunten en uitgedragen kan worden door onze politici in concrete plannen voor ons land. Het CDA als partij van de samenleving.

Alex Krijger

Voorzitter Evaluatiecommissie Verkiezingen 2019

*“We bevinden ons in de overgang naar een nieuw type samenleving, waarin technologie en sociale netwerken steeds meer onze manier van communiceren, werken en zorgen bepalen. (...) Dat biedt veel kansen, maar leidt ook tot ongemak, onzekerheden en conflicten.”*

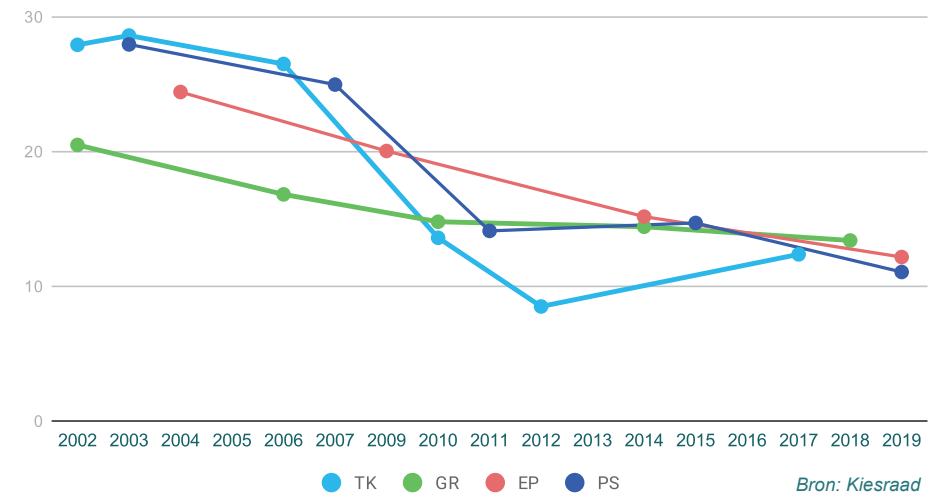
Kim Putters, directeur Sociaal en Cultureel Planbureau in zijn boek 'Veenbrand', 2019.

## 1. Context

In de eerste maanden van 2019 maakte het kabinet Rutte-3 een lastige fase door. Het profiel was flets, er was veel werk in uitvoering zonder dat er resultaten zichtbaar waren (klimaat, pensioenen). De coalitie stond aan de vooravond van de Provinciale Statenverkiezingen (PS-verkiezingen) op verlies in de peilingen. Discussies en besluitvorming rondom dividendbelasting, kinderpardon, studie-rente en klimaatbeleid trokken een wissel op het vertrouwen van de kiezers, ook binnen het CDA. Maar denk ook aan de discussies over de toekomstplannen voor vliegveld Lelystad, de hoge energierekening voor huishoudens en het uitblijven van expliciete steun bij het opruimen van drugsafval. Veel CDA'ers misten een duidelijk CDA-geluid in deze discussies.

Kortom: de uitgangspositie voor het CDA aan de vooravond van de verkiezingen voor de Provinciale Staten en waterschappen was niet gunstig. Partijen op de flanken, met name GroenLinks en Forum voor Democratie, trokken veel aandacht. Een tweestrijd Rutte-Baudet dreigde en diverse partijen, waaronder het CDA, manoeuvreerden zich in het defensief.

Percentage CDA-stemmen per type verkiezing vanaf 2002



Het is essentieel om de politieke, electorale ontwikkelingen en trends in Nederland in een groter, internationaal perspectief te plaatsen. In veel landen is sprake van diverse breukvlakken in de samenleving. Dat gaat verder dan het beeld van 'elite versus volk'. De sociaal-economische ongelijkheid neemt toe en vooral veel middengroepen merken weinig van het economisch herstel. Daarbij komt dat veel mensen zich zorgen maken over hoe wij in onze samenleving met elkaar omgaan en hoe wij op een respectvolle wijze onze tradities en identiteit kunnen koesteren en beschermen. In die context bieden partijen op de flanken ogenschijnlijk eenvoudige en heldere oplossingen. De nuancerende toon van de traditionele partijen, zoals het CDA, valt daarbij soms in het niet. Internationaal worden daarnaast democratische landen uitgedaagd door meer autocratisch geleide landen, denk aan China. Dit zijn landen die economisch succesvol zijn en een alternatief model neerleggen voor de democratie.

Het Nederland van 2019 is in vrijwel alle opzichten anders dan het Nederland van 1986, toen het CDA nog 54 zetels haalde. De versplintering van het politieke landschap is een feit. Dit neemt niet weg dat er volop kansen zijn voor het CDA in deze veranderende samenleving, zoals bij de jonge gezinnen in de steden en in de regio's. Juist in deze tijd lijkt er sterke behoefte aan een nieuw narratief over hoe we in dit land met elkaar willen omgaan, hoe we naar elkaar omzien en welke gezamenlijke toekomst we voor ogen hebben. Om de neerwaartse trend van het aantal kiezers en leden binnen het CDA te keren, is het tijd voor een offensief in plaats van een defensief. Voor de democratie, voor de rechtsstaat, voor Nederland.

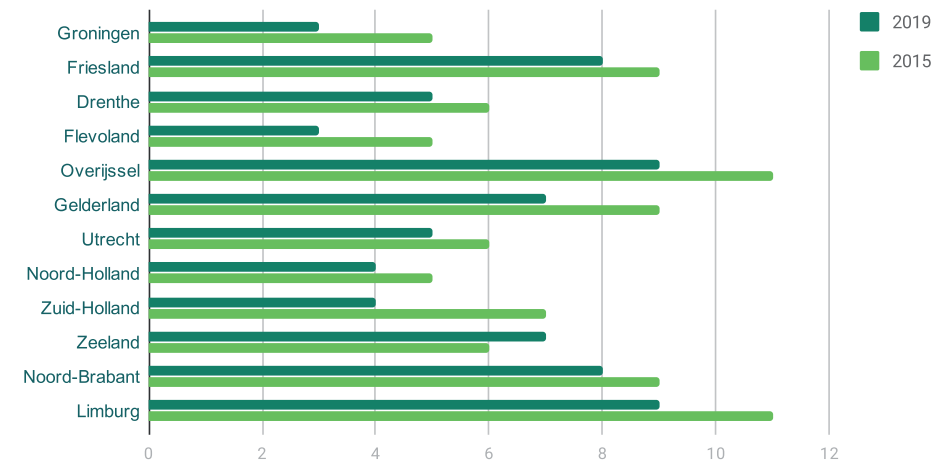
Wij moeten nu kiezen, in actie komen en zo weer die brede, inclusieve volkspartij worden met stevige uitgangspunten, inspirerende boegbeelden en een professionele organisatie. Samengevat: een brede volkspartij met lef en perspectief.

## 2. Provinciale Statenverkiezingen en Eerste Kamerverkiezingen 2019

Op 20 maart 2019 vonden de verkiezingen plaats voor de leden van PS in de twaalf provincies. Bijna 7,5 miljoen van de 13 miljoen kiesgerechtigden brachten hun stem uit; een opkomstpercentage van 56,2% (2015: 47,8%). Forum voor Democratie werd in een klap de grootste partij van Nederland, met 14,53% van de stemmen. Van de 570 zetels in de PS kreeg Forum voor Democratie er 86, gevolgd door de VVD met 80 en het CDA met 72 zetels. GroenLinks boekte een enorme winst van 30 naar 61 zetels en werd vierde. Hoewel het provinciale verkiezingen waren, domineerden landelijke thema's de campagne: klimaat, integratie en immigratie. Twee dagen voor de verkiezingen vond een aanslag in Utrecht plaats, waarbij vier mensen om het leven kwamen; een gebeurtenis met impact in heel Nederland. Uit respect voor de slachtoffers werd de campagne 24 uur stilgelegd.

Het CDA kreeg ruim 805.000 stemmen, oftewel 11,1% van het totaal. In 2015 waren dat er bijna 900.000 (14,7%). Het CDA verloor 17 zetels ten opzichte van 2015. De uitslag voor de PS was het slechtste verkiezingsresultaat ooit voor het CDA bij PS-verkiezingen. De grootste verliezen werden geleden in het westen van het land.

### Aantal CDA-zetels per provincie op basis van de Provinciale Statenverkiezingen in 2019 en 2015



Bron: Kiesraad

In een paar CDA-bolwerken, in delen van Friesland, Overijssel, Zuid-Holland, Brabant en Limburg verloor het CDA percentueel meer dan gemiddeld. Veruit de meeste kiezers raakte het CDA kwijt aan Forum voor Democratie (ten opzichte van de Tweede Kamerverkiezingen in 2017). Volgens onderzoek vormden voor veel CDA-stemmers wonen, zorg, veiligheid en immigratie de belangrijkste verkiezings-thema's.

Het CDA verloor structureel in de steden door het gehele land. Wat volgens veel CDA'ers ontbrak was een wijkgerichte, persoonlijke manier van campagnevoeren door het CDA in de steden. Ook had het CDA geen duidelijk verhaal met uitgewerkte voorstellen voor mensen in de steden, zoals voor de jonge gezinnen. Ook bij jonge generaties nam de steun voor het CDA verder af. Van de CDA-stemmers bij de PS-verkiezingen was 63% 50 jaar of ouder. 20% van de CDA-stemmers bij de PS-verkiezingen was afkomstig van mensen onder de 45 jaar. Het overgrote deel van de CDA-kiezers behoort tot de midden-klasse. Het lukte het CDA niet om de meest aansprekende partij te zijn voor christen-migranten, waarvan er in Nederland meer dan 1 miljoen zijn.

Tegenover dit teleurstellende resultaat staat dat het CDA in Zeeland een zetel winst boekte ten opzichte van 2015 en dat het CDA als grootste partij uit de stembus kwam in Limburg, Friesland, Overijssel en Zeeland. In de provincie Utrecht wist het CDA meer kiezers aan zich te binden dan in 2015. Dit werd echter teniet gedaan door de hoge opkomst wat resulteerde in het verlies van een zetel. De twee provincies met relatief de meeste CDA-stemmers waren Limburg met 18,5% en Overijssel met 17%. Het CDA werd in 94 gemeenten de grootste partij. De grootste winst voor het CDA werd geboekt in de gemeenten Asten, Goes en Peel en Maas.

### Kandidaatstelling en selectieproces Provinciale Staten

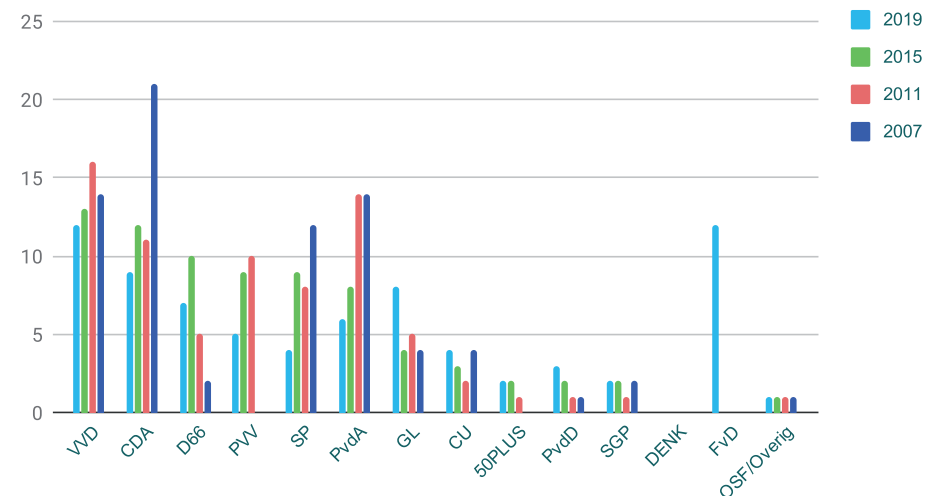
De selectie van kandidaten voor de Provinciale Staten werd uitgevoerd door de CDA-afdelingen in de provincies zelf. In Zeeland werd ruim van te voren een professioneel proces gestart met een speciale focus op het selecteren van jongeren, vrouwen en herkenbare Zeelanders. Dit heeft geleid tot een lijst waar 50% van de kandidaten jonger was dan 35 jaar. Ook bij een aantal andere afdelingen was er een nieuwe, eigentijdse manier van kandidaatstelling. Bij de PS-verkiezingen werden veel kandidaten van het CDA met voorkeur verkozen: 41 van de in totaal

72 Statenzetels. Alleen Forum voor Democratie wist meer voorkeurszetels te halen: 48. Juist in tijden van politieke fragmentatie bleken sterke lokale wortels een belangrijke kracht van de partij.

### Eerste Kamer

De selectie van kandidaten voor de Eerste Kamer werd uitgevoerd door een commissie onder leiding van Renate Westerlaken. Er werd met tientallen mannen en vrouwen uit verschillende leeftijdsgroepen gesproken en een zorgvuldig selectie- en beoordelingsproces gehanteerd. Het landelijk partijbestuur heeft op basis van het voorwerk van de commissie-Westerlaken een uiteindelijke lijst samengesteld. Er waren voldoende kandidaten met diverse achtergronden en met specifieke kwaliteiten en ervaring die nodig zijn voor het specifieke werk in de Senaat. Bij het opstellen van de uiteindelijke lijst met Ben Knapen als lijsttrekker heeft het partijbestuur volgens sommigen te veel aandacht gegeven aan de regionale belangen en te weinig oog gehad voor die specifieke vereisten. Daarnaast vonden sommigen de uiteindelijke lijst te kort.

### Zetelverdeling in de Eerste Kamer vanaf 2007



Bron: Kiesraad

Op maandag 27 mei gingen de 570 Statenleden en 19 leden van de kiescolleges in het Caribisch Nederland naar de stembus om een nieuwe Eerste Kamer te kiezen. Grote winnaar werd Forum voor Democratie met 12 zetels, gevolgd door de VVD met ook 12 zetels (met bijna 40.000 minder stemmen dan Forum). CDA werd met 9 zetels 3e, gevolgd door GroenLinks met 8 en D66 met 7 zetels. De coalitie van VVD, CDA, D66 en CU behaalde 32 zetels.

### Campagne

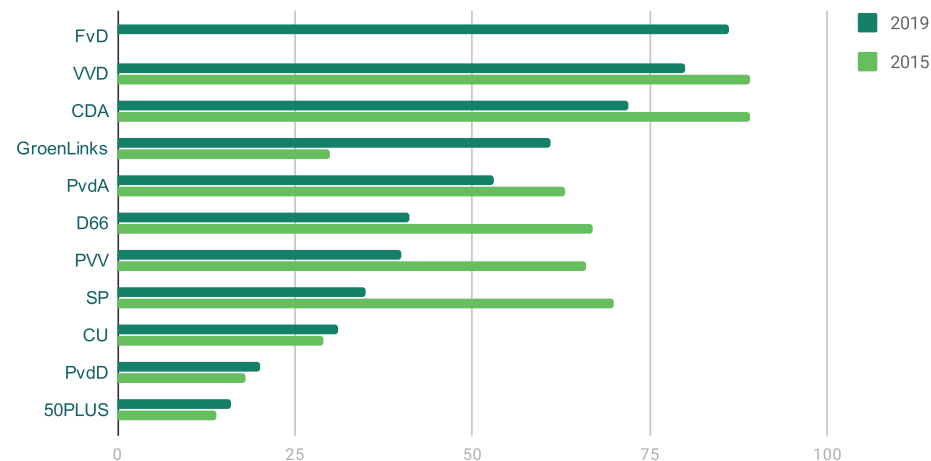
'Een hele goede morgen' was de **slogan** van de CDA-campagne voor de PS-verkiezingen. De campagnespot met Sybrand Buma kreeg veel aandacht. De boodschap was om iedereen een goede toekomst te wensen en de nadruk te leggen op fatsoenlijke omgangsvormen en omzien naar elkaar. De campagne bestond uit een intensieve mediacampagne met commercials, advertenties, reclameborden en een online campagne. Het idee van het campagne team was om na het filmpje met Sybrand Buma een tweede spot te delen via de media met daarin de provinciale lijsttrekkers. Die spot is nooit uitgezonden in verband met de aanslag in Utrecht op 18 maart. De meningen over de 'een hele goede morgen-campagne' zijn verdeeld. Waar sommigen positief zijn, waren er ook veel CDA'ers die vonden dat de campagne inhoudelijk te weinig werd geladen en daardoor te oppervlakkig bleef, te leeg qua inhoud. Een gemiste kans volgens sommigen omdat de campagne een mooie basis had kunnen vormen voor een eigentijdse vertaling van het waarden en normen-thema. Dat gold ook voor het gebruik van sociale media, wat volgens sommige CDA'ers effectiever had gekund om de CDA-boodschappen scherper onder de aandacht te brengen.

Uit de gesprekken en landelijke en provinciale evaluaties blijkt dat veel waardering bestaat voor de **operationele ondersteuning** en informatievoorziening van het landelijk partijbureau tijdens de campagne voor de PS-verkiezingen. De *campagnenieuwsbrief* vormde de spil in de communicatie van het partijbureau naar de provinciale campagne teams. De nieuwsbrief werd goed gelezen en gewaardeerd. Ook de *mediawatch*, het dagelijks overzicht met nieuwsberichten en CDA-duiding, werd positief beoordeeld. Dit geldt eveneens voor andere voorzieningen, zoals de *ontwerpservice* en de *webwinkel*. Over de *sprekersregeling*, waarbij prominenten konden worden uitgenodigd, zijn de reacties gemengd. Probleem was daarbij vooral de beperkte onderlinge afstemming. Andere services die goed werden

gewaardeerd, waren: het beschikbaar stellen van het *kiezersonderzoek*, het *platform voor lokale en provinciale websites* en de webapplicatie *Dirk*. Wel werd de vraag gesteld of bepaalde media-inkopen meer centraal hadden kunnen plaatsvinden om zo schaalvoordeel te behalen.

Praktisch en organisatorisch is veel werk verzet door de medewerkers van het landelijk partijbureau. Daar is binnen het CDA veel waardering voor. Toch is er ook kritiek geuit. Omdat het inhoudelijk zwaartepunt bij PS-verkiezingen bij de provincies lag, was de CDA-campagne opgezet met ruimte voor veel regionale invulling. Hoewel die vrijheid werd gewaardeerd, misten diverse afdelingen een inhoudelijke en **strategische sturing**. Er is vanuit het landelijk campagne team geen strategisch plan opgesteld (met uitleg over taken en verantwoordelijkheden), noch een duidelijk inhoudelijk verhaal verspreid (kernboodschappen) of planning (volgorde van activiteiten) gedeeld. Ook werd het faciliteren van het delen van kennis en ervaring over het voeren van campagne gemist, zoals een aantal simpele formats dat kon worden gebruikt.

### Totaal aantal Statenzetels van grootste partijen op basis van de Provinciale Statenverkiezingen in 2019 en 2015



Bron: Kiesraad

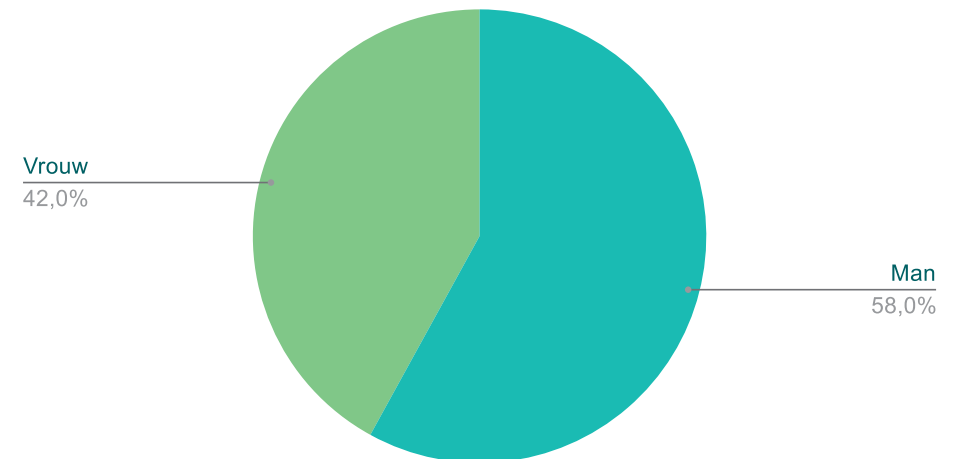
Een voorbeeld van het gebrek aan coördinatie en kennis delen vormde het werk voor de stemwijzers. Het belang hiervan is in de loop der jaren enorm toegenomen. Stemwijzers hebben aantoonbaar invloed op de stemkeuze van miljoenen kiezers. Door het ontbreken van sturing en het actief kennis delen, handelden provinciale campagneteams naar eigen inzicht, terwijl op landelijk niveau de kennis en expertise aanwezig was om dit proces van voorbereiding voor stemwijzers zo effectief mogelijk invulling te geven. Denk daarbij aan het kort en krachtig uitdragen van het eigen verhaal aan de hand van herkenbare christen-democratische woorden zoals rentmeesterschap bij de klimaatdiscussie.

Wat de **campagne-organisatie** betreft, bestaat het beeld dat deze structuur te smal was opgezet en dat opdracht, taken, rollen en verantwoordelijkheden vooraf niet waren geformuleerd en helder afgesproken. Het mandaat was onduidelijk. Dit leidde er onder andere toe dat de communicatie op verschillende niveaus niet optimaal verliep, zoals tussen de landelijke campagneleiding en de medewerkers van de bewindspersonen en de Tweede Kamerfractie. Door het ontbreken van een heldere campagne-strategie en coördinatie was het optimaal en slagvaardig samenwerken vaak lastig. Niet alleen inhoudelijk, ook **financieel** bestond er veel onduidelijkheid. Pas op een laat moment werden beperkte middelen vrijgemaakt en verdeeld wat minder armslag voor de campagneleiding betekende.

Bij deze kritiekpunten moet wel worden aangetekend dat de provinciale afdelingen zelf nadrukkelijk hadden gepleit voor een regionale campagne met een beperkte landelijke rol. Er was bijvoorbeeld geen behoefte aan een landelijk model verkiezingsprogramma voor de PS-verkiezingen. Een dergelijk programma had zeker kunnen helpen om een duidelijker CDA-profiel te krijgen in de PS-campagne, denk bijvoorbeeld op het gebied van klimaatbeleid.

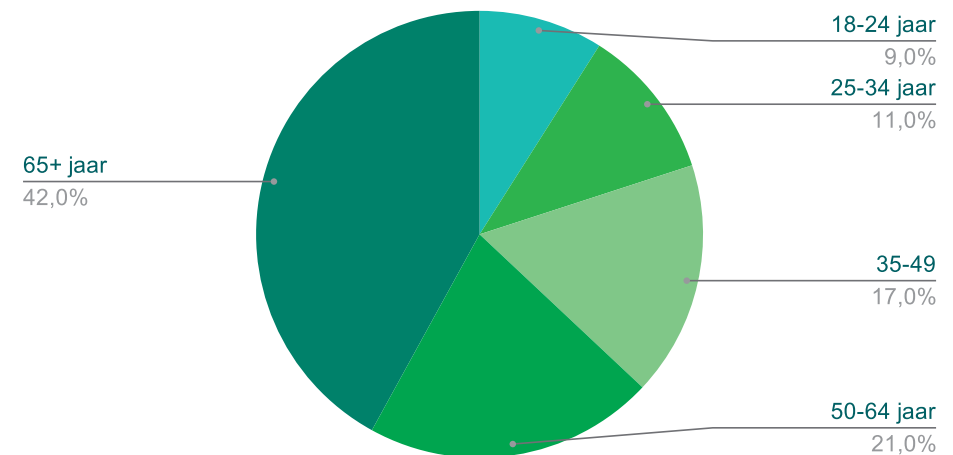
Ook hadden diverse CDA'ers de indruk dat het CDA zich bij deze PS-campagne te veel heeft laten leiden door cijfers en onderzoeken van externe bureaus. Door meer en beter te luisteren naar de eigen mensen zou er volgens velen al voldoende info voor handen zijn. De wens om **kiezersonderzoek** niet zo sterk bepalend te laten zijn voor inhoudelijke keuzes en vooral vanuit de eigen uitgangspunten te gaan opereren, heeft de commissie veelvuldig gehoord. Meerdere keren werd aangegeven dat ons eigen verhaal niet krachtig genoeg was. Het CDA creëerde onvoldoende een eigen speelveld. Qua toonzetting was er te weinig lef en durf.

Percentage CDA-kiezers naar geslacht op basis van de Provinciale Statenverkiezingen in 2019



Bron: Ipsos

Percentage CDA-kiezers naar leeftijd op basis van de Provinciale Statenverkiezingen in 2019



Bron: Ipsos



Opvallend inhoudelijk moment in de campagne was de brief van de twaalf provinciale CDA-lijsttrekkers op 5 februari in *De Telegraaf* met daarin een oproep voor meer realistische en betaalbare klimaatplannen. Hoewel de meeste geïnterviewden zich positief toonden over deze actie, was er ook kritiek. Volgens sommigen leidde de brief tot een verwarrend beeld over de positie van het CDA in het klimaatdebat. Voor andere plannen die het CDA in deze campagne vooral vanuit de TK-fractie lanceerde op het gebied van wonen, maatschappelijke diensttijd en zorg bestaat overwegend waardering al werd een concrete uitwerking gemist. Ook was het volgens diverse CDA'ers beter geweest als de thema's meer in verbinding waren gebracht met de provinciale campagnethema's.

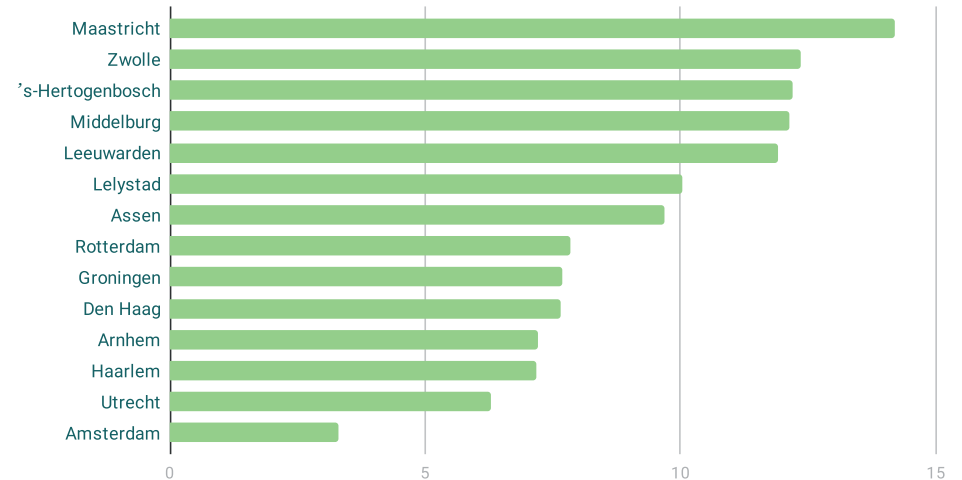
### Boegbeelden

De boegbeelden van de PS van 2019 waren voor het CDA de provinciale lijsttrekkers en kandidaten en de kopstukken van het CDA in Den Haag. Sybrand Buma was als politiek leider van het CDA en fractievoorzitter van het CDA in de Tweede Kamer het bekendste boegbeeld, wat werd onderstreept met de 'Een hele goede morgen-campagne'. Zijn rol was dienend: ondersteunend aan de provinciale lijsttrekkers. In een vroeg stadium organiseerde het campagneteam een sessie met Sybrand Buma en toenmalig partijvoorzitter Ruth Peetoom als gastheer en -vrouw voor de lijsttrekkers en campagneleiders om wensen te inventariseren. In Utrecht werd op een later moment een zelfde soort bijeenkomst met de lijsttrekkers herhaald. Veel CDA'ers hebben in de interviews hun grote waardering uitgesproken voor al het werk dat Buma in de loop der jaren heeft verricht voor de partij, hij bracht rust en stabiliteit, maar sommigen gaven tegelijkertijd ook aan dat ze zijn optreden tijdens de PS-campagne van 2019 te defensief vonden.

Ook de bewindspersonen genereerden landelijk aandacht met werkbezoeken en promotiefimpjes. Hun inzet zorgde voor extra energie bij de afdelingen. De bewindspersonen hadden echter nog veel actiever ingezet kunnen worden, in de provincies, in studentensteden, etc. Die bereidheid was er ook, maar een helder plan daarvoor ontbrak, waardoor het CDA flinke kansen liet liggen voor meer profiel, aandacht en enthousiasme tijdens de PS-campagne.

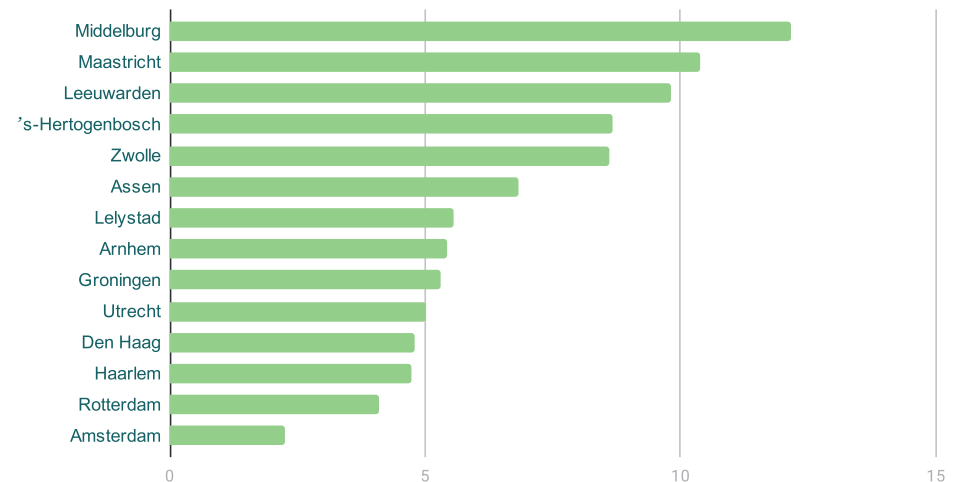
### 2015

Percentage CDA-stemmen in de provinciale hoofdsteden, Amsterdam en Rotterdam op basis van de Provinciale Statenverkiezingen in 2015. De uitslag is in volgorde van grootte gezet. Bron: Kiesraad



### 2019

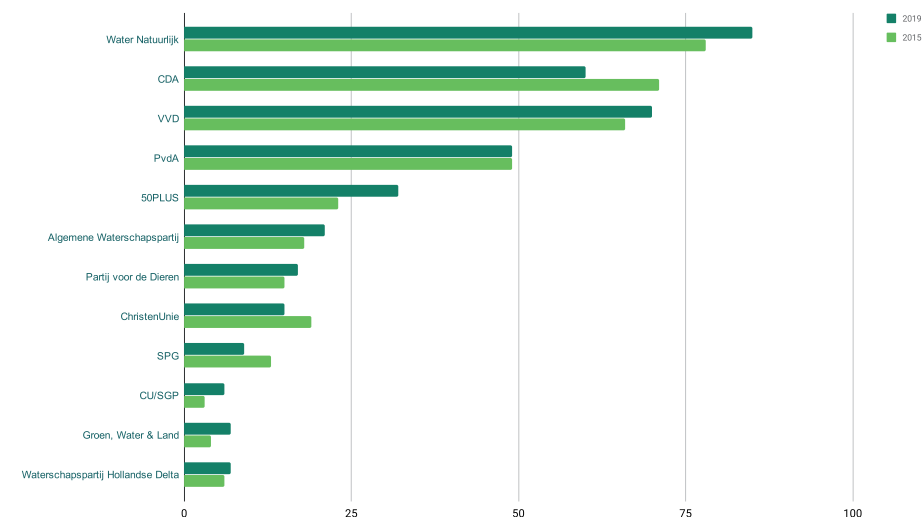
Percentage CDA-stemmen in de provinciale hoofdsteden, Amsterdam en Rotterdam op basis van de Provinciale Statenverkiezingen in 2019. De uitslag is in volgorde van grootte gezet. Bron: Kiesraad



### 3. Waterschapsverkiezingen 2019

Op 20 maart vonden naast de PS-verkiezingen ook de waterschapsverkiezingen plaats. Kiezers konden stemmen voor de leden van de algemene besturen van 21 waterschappen; het CDA heeft bij 20 waterschappen deelgenomen aan de verkiezingen. Met ruim 7 miljoen stemmen was de opkomst 51,3%. Dit is een opkomst die aanzienlijk hoger lag dan de opkomst in 2015: 43,5%.

Zetelverdeling van grootste partijen bij de Waterschapsverkiezingen van 2019 en 2015



Bron: Kiesraad

In totaal waren bij deze verkiezingen 442 zetels in 21 waterschappen beschikbaar. Winnaar werd Water Natuurlijk (gesteund door GroenLinks en D66) met 85 zetels (17% van de stemmen), gevolgd door de VVD met 70 (bijna 15% van de stemmen) en het CDA met 60 zetels. Het CDA kreeg bijna 13% van de stemmen en verloor 16 zetels ten opzichte van de waterschapsverkiezingen in 2015. Qua zetels verloor het CDA in 11 waterschappen en bleef het in 9 gelijk.

Thema's die landelijk veel aandacht kregen, zoals het klimaatbeleid, hadden duidelijk invloed op de campagne voor de waterschappen. Het bleek lastig eigen

regionale onderwerpen en plannen voor het voetlicht te krijgen. De brede aandacht voor klimaat zien we terug in de uitslag, waarbij Water Natuurlijk, met steun van GroenLinks en D66, onmiskenbaar de grootste werd. In het debat werden landbouw en klimaat vaak tegenover elkaar gezet. Dat maakte het lastig voor het CDA om zich te profileren in de stedelijke gebieden met een gebalanceerd verhaal over de bijdrage van de landbouwsector aan het klimaatbeleid. Dit werd versterkt door het feit dat het CDA vaak over één kam werd geschoren met de LTO en sommigen niet de toegevoegde waarde zagen van een stem op het CDA.

### Kandidaatstelling

De selectieprocedure van kandidaten voor de waterschappen werd geleid door de besturen van de provinciale CDA-afdelingen. Dit is soms een moeizaam proces geweest, want 11 van de 21 waterschappen zijn provinciegrensoverschrijdend. De provincie waar het hoofdstembureau is gevestigd heeft in dat geval een leidende rol; wel zijn alle provincies binnen het waterschap betrokken. Dit betekende dat bij sommige waterschappen twee en soms drie provincies verantwoordelijk waren voor het opstellen van de kandidatenlijst.

### Campagne

In de meeste gevallen hebben de waterschappen geen eigenstandige campagne gevoerd en werd samen opgetrokken met de campagneteams voor de PS. Veelal werd de samenwerking tussen Provinciale Staten en waterschappen op prijs gesteld. Men wilde gezamenlijk de schouders eronder zetten. Dit gaf een 'wij-gevoel' dat positief bijdroeg aan de campagne. Soms voelden kandidaat-waterschapsbestuurders zich achtergesteld. Zij hadden de indruk dat de waterschappen minder serieus genomen werden dan de provincies. Over het algemeen heeft men wel het gevoel dat de campagne voor de waterschapsverkiezingen van 2019 meer leefde dan de campagne van 2015.

De brief van de twaalf provinciale CDA-lijsttrekkers in *De Telegraaf* op 5 februari over een haalbaar en betaalbaar klimaatbeleid viel bij sommige campagneteams voor de waterschappen minder goed. Zij hadden het gevoel dat de brief tegen hun eigen verhaal over een toekomstgericht klimaatbeleid in ging. Ook het feit dat geen afstemming had plaatsgevonden, werd door sommigen niet op prijs gesteld.

Het gebrek aan communicatie en kennis delen, zoals we dat zagen bij de PS-campagne, was ook bij de waterschapsverkiezingen aanwezig. Ook hier speelde dit op met de stemwijzers. Gezien de onbekendheid bij veel Nederlanders met het werk van de waterschappen hebben veel kiezers hun stem laten afhangen van de uitkomst van de stemwijzers. Net als bij de PS-campagne was er bij de waterschapsverkiezingen ook op dit punt vanuit het landelijk campagneteam geen actieve sturing en steun aan de regionale campagneteams. Dit is ervaren als een gemiste kans.

### Verkiezingsprogramma

De CDA-campagneteams voor de waterschappen konden gebruik maken van het model verkiezingsprogramma dat was opgesteld door de CDA Bestuurdersvereniging. Dit korte, duidelijke document is goed ontvangen en werd veel gebruikt bij het opstellen van de eigen programma's. Wat ook hielp is dat het programma goed aangaf waar het CDA bij deze waterschapsverkiezingen voor stond.

### Boegbeelden

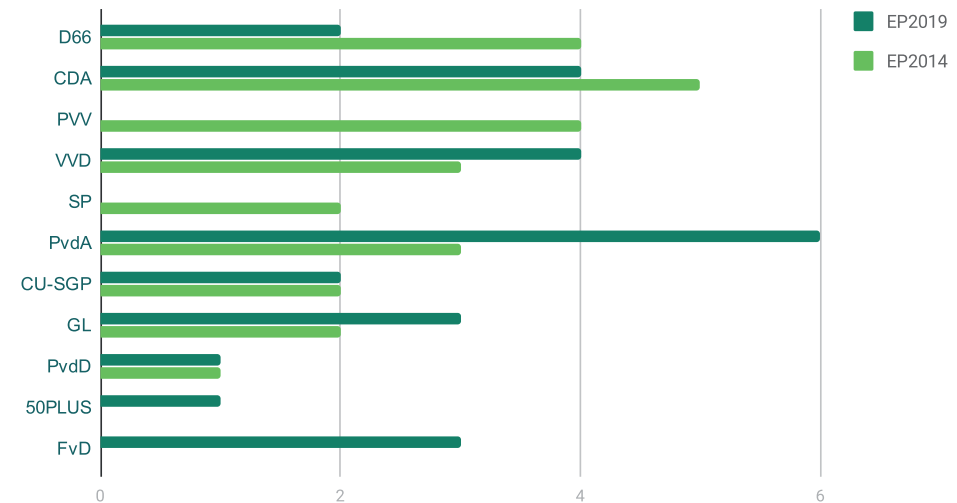
Bij de waterschapsverkiezingen stond de herkenbaarheid van de kandidaten voorop. Hier was goed op geanticipeerd door in te zetten op sterke persoonlijke campagnes door kandidaten met een vaste, lokale achterban. Aan de andere kant is het voorgekomen dat de ene provincie een sterker CDA-profiel had (neergezet) dan de andere provincie. Dit leverde de nodige frustratie op voor de kandidaten uit de minder sterk geprofileerde provincie. Ten slotte was het opvallend dat in bijna alle gevallen de eerste vrouw op de lijst met voorkeur werd verkozen. Aandachtspunt voor de toekomst is het nadrukkelijk scouten en selecteren van kandidaten die ook een ander, breder profiel hebben dan alleen een focus op het landelijk gebied. Denk daarbij aan het onderwerp waterbeheer in de stad.

De tegenvallende verkiezingsuitslag betekent een (voorlopig) einde aan de vanzelfsprekendheid dat het CDA in vrijwel alle coalities van de waterschappen vertegenwoordigd is. Daarbij speelt ook een rol dat het CDA en de LTO – zoals hiervoor al opgemerkt – soms vereenzelvigd werden en dat vanwege de verplichting om een vertegenwoordiger van de geborgde zetels in het DB op te nemen, men naast een DB-lid vanuit de LTO een vertegenwoordiger van het CDA beschouwt als 'overbodig'.

## 4. Europese Parlementsverkiezingen 2019

Meer dan 375 miljoen Europeanen mochten in de week van 23 tot en met 26 mei hun stem uitbrengen. Het waren de negende verkiezingen voor het Europees Parlement, waarbij 751 zetels te verdelen waren (inclusief de zetels voor het Verenigd Koninkrijk). Van de 751 zetels in het Europees Parlement heeft Nederland er 26 (na de Brexit zijn dat er 29). Grootste partij werd de Europese Volkspartij, waartoe ook het CDA behoort, met 178 zetels, gevolgd door de Progressieve Alliantie van Socialisten en Democraten met 152 en Renew Europe met 108. Voor het eerst in de geschiedenis van het EP verloren de christendemocraten en socialisten hun meerderheid.

### Zetelverdeling op basis van de Europese verkiezingen in 2019 en 2014



Bron: Kiesraad

In Nederland brachten op 23 mei 5.519.776 kiezers hun stem uit, een opkomst van bijna 42%; hoger dan bij de verkiezingen in 2014: 37,3%. De PvdA werd de grootste partij met 6 zetels (19%) dankzij het 'Frans Timmermans-effect', gevolgd door de VVD met 4 (14,6%) en het CDA ook met 4 zetels (12,2%). Nieuwkomer Forum voor Democratie werd 4e met 3 zetels (11%) en GroenLinks 5e met ook 3 zetels (10,9%).

Bijna 670.000 Nederlanders stemden bij de EP-verkiezingen op het CDA, bijna 12,2%. Een verlies van 3 procentpunt ten opzichte van 2014 (15,2%). Een verlies van een zetel, waarbij moet worden aangetekend dat het CDA in 2014 de vijfde zetel behaalde als gevolg van de lijstverbinding met de CU/SGP. Als leden van de CDA-fractie in het Europees Parlement in de zittingsperiode 2019-2024 werden gekozen: Esther de Lange (402.975 stemmen), Jeroen Lenaers (50.121), Tom Berendsen (28.579) en Annie Schreijer-Pierik (113.914).

Ondanks het verlies, overheerst binnen het CDA overwegend tevredenheid en een gevoel van opluchting over deze uitslag. Toch zijn er ook veel CDA'ers die zich zorgen maken over de neerwaartse trend en het structurele verlies in de steden. Net als bij de campagne voor de Provinciale Staten en waterschappen ontbrak het ook bij de EP-campagne vaak aan een wijkgerichte en persoonlijke campagne-aanpak. Het CDA was daardoor in veel steden weinig zichtbaar.

In 2004 haalde het CDA nog bijna een kwart van de stemmen bij de EP-verkiezingen, nu de helft minder. In alle provincies behalve Overijssel verloor het CDA ten opzichte van 2014. In de grootste 5 gemeenten van Nederland bleef het CDA steken onder de 5% van de stemmen. In de G32-steden haalde het CDA gemiddeld 9%, in de randgemeenten 10% en op de Biblebelt 14,4%. Van de CDA-kiezers bij de EP-verkiezingen was 40% 65 jaar of ouder, 39% tussen de 35 en 64 jaar en 22% 34 jaar of jonger. Van de CDA-kiezers was 56% man en vooral hoog en middelbaar opgeleid.

### Kandidaatstelling en selectieproces

Een commissie onder leiding van Yvonne van Rooy was verantwoordelijk voor het selecteren van kandidaten voor de Europese Parlementsverkiezingen. Selectiecriteria waren kwaliteit, kennis van zaken en het hebben van een politieke antenne. Helaas kwam niet iedere provinciale afdeling met meerdere kandidaten, waardoor de kandidatenlijst korter was dan gewend. Dit kan zeker in sommige provincies stemmen hebben gekost. Ook meldden zich relatief weinig vrouwen en personen met een biculturele achtergrond. Het CDA had daarnaast Karsten Klein als kandidaat met een herkenbaar stedelijk profiel hoog op de lijst gezet. Om persoonlijke redenen trok hij zich voor de verkiezingen terug, waardoor het stedelijk profiel van het CDA bij de EP-verkiezingen onvoldoende zichtbaar werd.

We zouden volgens diverse CDA'ers ook vaker moeten durven kiezen voor enthousiaste en talentvolle kandidaten met een andere achtergrond dan "Brussel-ervaring". Juist dat zou verfrissend kunnen werken en kiezers aanspreken. Ook zou het CDA, volgens sommigen, moeten overwegen om vaker bekende namen te kandideren zoals in het buitenland meer gebeurt en het CDA voorheen ook deed.

### Campagne

Het CDA lanceerde op 6 mei, de eerste dag na de meivakantie, de campagne voor de Europese Parlementsverkiezingen. De titel van de campagne was 'Het beschermen waard'. Met deze campagne wilde het CDA duidelijk maken dat onze veiligheid, onze welvaart en onze manier van leven het beschermen waard zijn. Kern van de campagne vormde de campagnespots met Esther de Lange. In de spot las zij een brief voor aan haar zoon en vertelde wat Europa heeft betekend voor de generatie van haar ouders, haar eigen generatie en de toekomstige, die van haar zoon. De spot sloot mooi aan bij het waarden en normen-thema en kreeg als enige kritiek dat het misschien nog wat verder uitgewerkt had kunnen worden in concrete, toekomstgerichte plannen en ideeën. Andere elementen in de campagne waren onder meer de 'beschermen waard-tool', waarmee deelnemers hun eigen idee bij wat het beschermen waard is (denk aan lokale tradities, familie) konden delen via social media. Er waren radiospots, uitgezonden in de laatste week van de campagne en een speciale 'get out the vote'-video, waarmee het nieuws van het vertrek van Sybrand Buma werd gecombineerd met een stemoproep/-advies voor het CDA.

Er is binnen het CDA brede waardering voor de Europese CDA-campagne en de ondersteuning vanuit het partijbureau. Ruim 80% van de kandidaten en provinciaal voorzitters is (zeer) tevreden over het werk van het landelijk bureau bij deze campagne. Denk daarbij aan de campagne nieuwsbrief, animaties en banners, posters, service website, onderzoekscijfers, flyers en webwinkel. Positief waren de meeste CDA'ers over het optreden van Esther de Lange bij de diverse TV-debatten. Landelijk waren klimaat en migratie de belangrijkste thema's van deze Europese verkiezingen.

Het CDA was de eerste grote partij die haar Europese campagne lanceerde, direct na de meivakantie, nog in het meireces. Kritiek is er op het feit dat de voorbereiding gebrekkig was. Er was sprake van een zekere "campagne-moeheid" bij sommige

afdelingen na de intensieve campagneperiode voor de Provinciale Staten en waterschappen. Diverse afdelingsvoorzitters gaven aan dat het lastig was om iedereen weer in beweging te krijgen. Voor de Europese CDA-campagne waren slechts beperkte financiële middelen aanwezig wat de uitgangspositie ook lastig maakte. Voor toekomstige campagnes is het belangrijk om meer rekening te houden met dergelijke omstandigheden, bijvoorbeeld door 'recovery-teams' beschikbaar te hebben.

Net als bij de verkiezingen voor de PS en waterschappen is er ook ten aanzien van de EP-campagne kritiek binnen het CDA op het ontbreken van het goed delen en communiceren van een heldere, overkoepelende campagne-strategie met duidelijke afspraken over inhoudelijke thema's, taken, rollen en verantwoordelijkheden. Dit heeft op plekken geleid tot ruis en onnodige miscommunicatie. Wel moet daarbij worden aangetekend dat de campagneleiding een paar bijeenkomsten had georganiseerd om informatie te delen, waar sommige kandidaten niet bij aanwezig waren en waardoor ze belangrijke informatie misliepen. Verder bestaat het gevoel dat we als CDA niet altijd goed zichtbaar waren in het campagneveld van andere partijen en dat we last hadden van de gecreëerde tweestrijd Rutte-Baudet. Ook is er kritiek op het feit dat de EP-campagne te veel gericht was op landbouw en rurale thema's. Het ging vrijwel nooit over steden, kansen voor de jeugd, innovatie en industriebeleid.

Een ontwikkeling die aandacht kreeg tijdens deze campagne was de publicatie op 24 april 2019 van het manifest 'Verandering en Vertrouwen'. Daarin stelde een groep leden dat het CDA te flets was geworden en dat de christendemocraten een duidelijk alternatief moesten bieden voor partijen op de flanken: "Een oproep tot debat om de christendemocratie op inhoud uit te dagen én te versterken." Door sommigen werd dit initiatief gewaardeerd, omdat zij vonden dat een open debat hoort bij een brede volkspartij. Bij anderen was er kritiek, onder meer vanwege de timing van de publicatie. Deze droeg volgens hen onnodig bij aan het beeld van een verdeeld CDA.

### Europees verkiezingsprogramma

"Beschermen wat van waarde is. Daarom een sterk Europa." is de titel van het Europees verkiezingsprogramma 2019-2024 waarmee het CDA de verkiezingen

inging. Het rapport kwam tot stand door het werk van een commissie onder leiding van Pieter van Geel. De commissie maakte dankbaar gebruik van de input van leden en andere belanghebbenden. In de maanden april en mei van 2018 werden in samenwerking met de provinciale afdelingen en de Eurodelegatie 11 Europa Specials in het land georganiseerd. Op 2 juni 2018 vond tevens een speciale bijeenkomst plaats in 's-Hertogenbosch, waarbij honderden CDA'ers in kleine groepen discussieerden over verschillende Europese thema's. Uitspraken van die dag zijn terug te vinden in het verkiezingsprogramma.

De programmacommissie interviewde tientallen prominente CDA'ers om een goed beeld te krijgen over hoe er over Europa wordt gedacht in de partij. "Het koesteren en beschermen van onze Europese manier van leven, in vrede, vrijheid en welvaart", werd de centrale boodschap van het programma. Een programma dat koos voor een sterk Europa in een wereld van 'America First', een assertief Rusland en de opkomst van China.

De commissie werd vrij laat ingesteld en bestond uit een beperkt aantal leden. Dat betekende veel werk voor de voorzitter en zijn team. Uit gesprekken en evaluaties blijkt er veel waardering is voor de commissie die er knap in is geslaagd een gebalanceerd programma over Europa te presenteren. De keerzijde van de zorgvuldige inhoudelijke afstemming over alle thema's is wel dat het in dit programma ontbrak aan sterk onderscheidende ideeën die goed konden worden neergezet in de campagne. Daar moet bij worden aangetekend dat door het ontbreken van een optimale samenwerking tussen de campagneleiding en de medewerkers van TK- en EP-fracties en bewindspersonen er geen duidelijk plan was wat de belangrijkste thema's en speerpunten zouden zijn tijdens de EP-campagne. Dat had ook zijn effect op het actief gebruik van ideeën uit het EP-verkiezingsprogramma tijdens de EP-campagne.

### Boegbeelden

Esther de Lange was als lijsttrekker de belangrijkste beelddrager van het CDA bij de EP-campagne. Binnen het CDA is er veel waardering voor haar optreden en dat geldt ook voor haar medekandidaten. Net als bij de PS-campagne hadden de bewindspersonen ook bij de EP-campagne nog nadrukkelijker kunnen worden ingezet, in de regio's en in de steden. Een plan hiervoor ontbrak wat net als bij de

PS-campagne een gemiste kans was om meer aandacht en enthousiasme te genereren.

De Humboldt-lezing van CDA minister van Financiën Wopke Hoekstra op 7 mei in Berlijn vormde een positieve uitzondering. Deze rede over de uitdagingen en opdracht van een “weerbaar 21e eeuws Europa dat in staat is zijn grenzen te verdedigen, zich geopolitiek weet te weren en het migratie- en klimaatprobleem ook echt weet op te lossen”, kreeg aandacht binnen en buiten het CDA en gaf de CDA-campagne voor de EP-verkiezingen extra inhoudelijk profiel.

Op donderdag 16 mei maakte de gemeenteraad van Leeuwarden bekend dat zij Sybrand Buma voordroeg als nieuwe burgemeester van de hoofdstad van Friesland. De waardering binnen en buiten het CDA voor Buma straalde positief af op het CDA, een week voor de verkiezingen. Ook de verkiezing van Pieter Heerma op 21 mei 2019 als nieuwe fractievoorzitter in de TK werd positief ontvangen. Deze leiderschapstransitie is volgens veel CDA'ers knap gemanaged.

## 5. Conclusies

### Uitslagen

- Bij alle drie verkiezingen in 2019 verloor het CDA ten opzichte van voorgaande jaren. Het verkiezingsresultaat voor PS en waterschappen was teleurstellend. De uitslag bij de EP-verkiezingen mag redelijk positief genoemd worden.
- Het CDA heeft - vooral bij de campagnes voor de PS en waterschappen - te veel op safe gespeeld en gehoopt op behoud van traditionele CDA-stemmers. Met die aanpak heeft het CDA verder terrein prijsgegeven, vooral in steden en onder jonge generaties.

### Campagne

- Operationeel en organisatorisch waren de campagnes op orde. Er bestaat veel waardering voor de werkzaamheden, ondersteuning van het landelijk partijbureau en de creatieve media-uitingen tijdens de campagnes van 2019. De ‘een hele goede morgen-campagne’ is redelijk positief ontvangen, al misten veel CDA'ers de diepgang en uitwerking in concrete plannen en ideeën. Daardoor bleef de campagne te oppervlakkig.
- Strategisch gezien waren er tekortkomingen. Er was een te smalle campagne-structuur en te weinig regie, aansturing. Het campagne-team werkte vanuit het bottom-up perspectief. Er werd geen landelijk campagneplan gecommuniceerd met een duidelijke opdracht, taken, rollen en verantwoordelijkheden, heldere campagnethema's en boodschappen en planning.
- Communicatie liet te wensen over; diverse campagne-teams, lijsttrekkers, kandidaten en anderen wisten vaak niet goed waar zij aan toe waren. Informatie werd niet goed gedeeld. Inhoudelijke coördinatie tussen de campagneleiding en de medewerkers van fracties (TK, EP) en bewinds-personen was onvoldoende.
- Het beperkte campagnebudget leidde tot een tekort aan slagkracht.
- Een volstrekt vertrouwen in een mooi verkiezingsresultaat was gering. Veel CDA'ers misten vooral bij de PS-verkiezingen een positieve sfeer en ambitie. De taal was vaak te somber, te Haags, te ingewikkeld en te weinig hoopvol.
- Sociale media hadden effectiever moeten worden ingezet voor het uitdragen van het CDA-verhaal.
- Duizenden CDA'ers hebben zich ingezet, omdat zij geloven in de kracht en relevantie van de christendemocratie. Die betrokkenheid en energie was niet

overall even stevig door een tekort aan vrijwilligers. Er is een aantal kwetsbare afdelingen binnen het CDA.

- In veel steden ontbrak het aan een wijkgerichte, persoonlijke CDA campagne-aanpak.

### Politieke koers

- Het ontbrak aan diepgang; aan een duidelijk, onderscheidend en toekomstgericht CDA-verhaal met concrete uitgewerkte plannen en ideeën. Landelijke thema's sloten onvoldoende aan bij provinciale en stedelijke thema's. Het CDA was inhoudelijk soms inconsistent en er was veel interne onduidelijkheid over onderwerpen, zoals de dividendbelasting, klimaatbeleid en kinderpardon. Tijdens de CDA-campagne ging het te weinig over stedelijke thema's, kansen voor jonge generaties en innovatie.
- Bij inhoudelijke keuzes heeft het CDA zich teveel laten leiden door externe onderzoeken en ging het te weinig uit van de eigen visie en uitgangspunten.

### Boegbeelden

- Door het ontbreken van landelijke strategie en coördinatie in de campagne was er geen helder plan voor de inzet van de belangrijkste boegbeelden, op provinciaal, landelijk en Europees niveau. Hierdoor werden kansen gemist.
- Het ontbrak bij de PS-verkiezingen en de waterschapsverkiezingen op sommige lijsten aan voldoende herkenbare, aansprekende en van elkaar verschillende kandidaten, denk daarbij vooral aan jongeren, vrouwen en kandidaten met een stedelijk profiel. Waar dat wel het geval was, zoals bijvoorbeeld in Zeeland, had dat meteen positief effect op de uitslagen.
- De leiderschapstransitie van Sybrand Buma naar Pieter Heerma werd goed gemanaged.

## 6. Aanbevelingen: Kansen voor 2021/2022

Er heerst een diep verlangen in de partij om als CDA een sterke, moderne middenpartij te zijn die vanuit overtuiging het beste wil realiseren voor Nederland: voor alle generaties. Het CDA als de partij van de samenleving. Een brede, open, inclusieve volkspartij met lef en perspectief die mensen kan verbinden. Het CDA moet vooral een offensief starten om ook weer herkenbaar en aantrekkelijk te worden in de grote en middelgrote steden, zoals voor jonge gezinnen. Om die brede volkspartij te zijn, moeten we nu kiezen voor een inhoudelijk perspectief, inspirerende boegbeelden en een professionele, permanente campagne. Verdiepen, vernieuwen en verbreden.

### Inhoudelijk perspectief

De vier uitgangspunten, met eigentijdse vertaling vormen de basis. Op eigentijdse en niet-belerende wijze invulling geven aan het overkoepelende, verbindende thema dat een grote verscheidenheid van mensen aanspreekt: waarden en normen. Een stevig, onderscheidend en positief perspectief schetsen met bezieling. Dit perspectief uitwerken in aansprekende, heldere programma's en concrete ideeën voor de korte en langere termijn die aansluiten bij de wensen en zorgen van mensen, jong en oud, stad en platteland, etc. Het CDA als partij van de samenleving. De kracht van het politieke midden. Een nieuw christendemocratisch narratief. Laat in inhoud, toon en vorm zien dat wij een ideeënpartij zijn. Deze opdracht heeft het Wetenschappelijk Instituut inmiddels opgepakt.

### Inspirerende boegbeelden

CDA-boegbeelden moeten positief en geloofwaardig zijn, tussen de mensen staan en oprechte belangstelling hebben voor mensen. Ook is een can-do-mentaliteit essentieel. Boegbeelden die kunnen inspireren, enthousiasmeren en verbinden, die ergens voor staan en vertrouwd worden en aansluiting hebben bij alle generaties. Boodschap en boodschappers moeten consistent zijn. Dit vereist permanente inzet op gebied van scouting en begeleiding van talent en bijtijds organiseren van processen voor kandidaatstelling en selectie. Er moet meer aandacht komen voor 'local heroes' in de regio's, talentvolle kandidaten uit steden en meer focus op verscheidenheid: vrouwen, jongeren, bi-culturele kandidaten, etc.



## Bronnen

### Professionele, permanente campagne

Een landelijk, strak geleide professionele, permanente campagne met een brede campagne-structuur. Maak meer gebruik van de kennis en ervaring binnen het CDA op het gebied van communicatie en campagnevoeren. Een campagne met een duidelijke strategie, regie en campagneplan met daarin: opdracht, rollen en verantwoordelijkheden, thema's, tijdpad, etc. Het reserveren van stevige financiële middelen voor de campagne is onontbeerlijk. Een campagne die aansluit bij de veranderende samenleving. Het mag allemaal eigentijdser en positiever qua inhoud en uitstraling. Daarbij hoort ook het effectiever gebruik maken van digitale mogelijkheden en benaderen van doelgroepen. Tijdens de campagnes moet er volop ruimte zijn voor stedelijke, regionale en lokale inkleuring. Structurele en optimale samenwerking tussen alle betrokkenen is essentieel; tussen campagneleiding en campagneleden op provinciaal, lokaal en Europees niveau en tussen campagneleden en medewerkers van fracties en bewindspersonen. Een diep besef van gezamenlijke verantwoordelijkheid is cruciaal. In de steden moet een meer wijkgerichte en persoonlijke benadering van de campagnes komen zoals het CDA die vaak succesvol weet te organiseren in de regio's. Kwetsbare afdelingen binnen het CDA moeten versterkt worden. Betrek zoveel mogelijk de diverse organisaties en netwerken binnen het CDA bij de campagnes, zoals CDJA, Dertigers en CDA Senioren.

Bestuursforum, 'CDA profiteert niet van hoge opkomst', juni 2019  
 Brieven en e-mails aan de Evaluatiecommissie van leden en niet-leden  
 Buitenhof NPO, Afscheidinterview met Sybrand Buma, 19 mei 2019  
 CDA, 'Beschermen wat van waarde is. Europees verkiezingsprogramma 2019-2024', 2018  
 CDA, Strategisch Beraad, 'Kiezen en Verbinden', 2012  
 CDA, Evaluatierapporten verkiezingen 2019 door provinciale afdelingen en landelijk bureau  
 CDA, Evaluatierapporten van de commissies Frissen (2010), Rombouts (2012) en Van Rij (2017)  
 CDA Bestuurdersvereniging, 'Handreiking waterschapsverkiezingen. Om ons klimaat kun je niet heen', 2018.  
 Cuperus, René, "Waarom het politieke midden niet radicaal moet zijn, maar degelijk en betrouwbaar", De Volkskrant, 28 april 2019  
 Hoekstra, Wopke, 'Humboldt-rede', 7 mei 2019  
 Interview met Pieter Heerma in Trouw, 6 juli 2019  
 Interview met Marnix van Rij in het Financieel Dagblad, 22 juni 2019  
 Kremers, Jeroen e.a., 'Verandering en Vertrouwen', 24 april 2019  
 Kroeger, Pieter Gerrit, 'Seek truths from facts', 2019  
 Luyendijk, Joris, 'Kunnen we praten', 2017  
 Putters, Kim, 'Veenbrand', 2019  
 Sociaal Cultureel Planbureau, 'Burgerperspectieven', 2018-2019  
 Sociaal Cultureel Planbureau, 'Denkend aan Nederland', 2019  
 Sociaal Cultureel Planbureau, 'Wat willen Nederlanders van de EU?', 2019  
 Tjeenk Willink, Herman, 'Groter denken, kleiner doen', 2018  
 Van der Meer, Tom, 'Niet de kiezer is gek', 2017  
 Wetenschappelijk Instituut voor het CDA, 'Lang leve het verschil, weg met de fragmentatie', 2015  
 Wetenschappelijk Instituut voor het CDA, alle edities van 'Christen Democratische Verkenningen' van 2018 en 2019, zoals het nummer 'Divers Europa' van zomer 2019.  
 Wetenschappelijk Instituut voor het CDA, 'Het Midden', 2018

Verder: diverse artikelen, commentaren en analyses in internationale, landelijke en regionale media.

## Interviewlijst

De evaluatiecommissie heeft gesprekken gevoerd met onder meer:

Jan-Nico Appelman, Peter Arensman, Jo-Annes de Bat, Pieter Beljon, Tom Berendsen, Jan van den Berg, Esther Bergman, Paul van den Biggelaar, Ank Bijleveld, Elly Blanksma, Adri Bom-Lemstra, Diederik Boomsma, Jan Dirk van der Borg, Hans Borstlap, Gerhard Bos, Derk Boswijk, Arjan Brak, Relus Breeuwsma, Marc Breugelmans, Bart van den Brink, Sybrand Buma, Inge van Dijk, Pieter Jan Dijkman, David van Dis, Henk Driessen, Dave Ensberg-Kleijkers, Ad Everaars, Wim Faber, Louis Flapper, Doeke Fokkema, Rien Fraanje, Jacobine Geel, Pieter van Geel, Jitske Haagsma, Yvonne Hage, Janneke van Happen, Marc Haverkamp, Pieter Heerma, Dennis Heijnen, Eddy van Hijum, Hans Janssens, Mark Janssen van Gaal, Alwyn de Jong, Theo Joosten, Henk Jumelet, Karsten Klein, Robert Kleine, Ben Knapen, Hege Knaven-van Dijke, Jeroen van der Kolk, Ger Koopmans, Peter Kranenburg, Roel Kremers, John Kuijt, Esther de Lange, Jeroen Lenaers, Roy Meijer, Christiaan Merkuur, Rhoinde Mijns-Doth, Marcelo Mooren, Leen van den Oever, Gido Oude Kotte, Wytske de Pater-Postma, Ruth Peetoom, Rutger Ploum, Yvonne van Rooy, Sander de Rouwe, Jaap Scheele, Lotte Schipper, Harold Schroeder, Victor Slenter, Marianne van der Sloot, Johan van Slooten, Stijn Steenbakkers, Denis Steijaert, Paul The Gwan Tjajj, Klaas Valkering, Thijn van Veghel, Daan Versteeg, Reginald Visser, Daisy Vliegthart, Sander van Waveren, Piet-Cees van der Wel, Nelleke Weltevrede, Josine Westerbeek, Maarten Westerduin, Renate Westerlaken, Boudewijn Wijnants, Robert de Wit en Wim Zwanenburg.

## *Samenstelling CDA Evaluatiecommissie*

### *Verkiezingen 2019*

Alex Krijger (*voorzitter*)

Wim van de Camp

Jeroen de Jong

Linda Koekkoek

Rixt Meines

Mariëlle Veerman

Frank Beck (*adviseur DB*)

Frank Dunsbergen (*secretaris*)