

DE SCHERVEN OPGEVEEGD

Een bericht aan onze partijgenoten

Rapport van de commissie-Vreeman

aangeboden aan het bestuur van de PvdA op 30 mei 2007



PARTIJ VAN DE ARBEID

Beslissend is echter het besef, dat in onze situatie geen enkele partij of beweging een monopolie van juiste inzichten bezit. Het socialisme heeft evenwel onverminderd de mogelijkheid door een kritische instelling tegenover de eigen traditie, door aanvulling van het geestelijk arsenaal, door soepelheid in de vormgeving van zijn politieke streven een sociale kracht te vormen en leiding te geven aan noodzakelijke vernieuwing.

Joop den Uyl, in: *Socialisme & Democratie*, 1952

INHOUDSOPGAVE

Inleiding	7
Tien opdrachten aan de Partij van de Arbeid	10
1. De inhoud	15
1.1 De dreun en de vernieuwing	15
1.2 Winst bij de gemeenteraadsverkiezingen	15
1.3 Het PvdA-verkiezingsprogramma	16
1.4 De inhoudelijke profilering in de campagne	17
2. De campagne	18
2.1 Een logge campagneorganisatie	18
2.2 De campagne 'op de grond'	19
2.3 Hoe de boodschap werd uitgedragen	20
2.4 De kandidatenlijst	21
2.5 Leider in last	22
2.6 De PvdA in het nieuws	23
2.7 Strategische keuzes	24
2.8 Omgevingsfactoren	24
3. De partij	26
3.1 Clubgevoel	26
3.2 Scouting en opleiding	27
3.3 Een partij met zelfvertrouwen	28
3.4 Slot	29
Bijlagen	31
Noten	42

INLEIDING

Virtuele zetels zijn geen zetels. Maar ook voor wie de peilingen relateert, is het contrast tussen 61 en 33 – respectievelijk de piek die de Partij van de Arbeid in de peilingen bereikte kort na de gemeenteraadsverkiezingen van 7 maart 2006 en de uitslag van de Tweede-Kamerverkiezingen op 22 november van dat jaar – moeilijk te bevatten. Wat is er gebeurd? Daarover verschillen de meningen.

Volgens sommigen vormen campagnes de sleutel tot de verklaring van verkiezingsuitslagen, gezien het karakter van het politieke veld in dit tijdsgewricht (personalisering van de politiek, de opkomst van het populisme, ontideologisering van het midden en op de flanken juist sterke ideologieën), gezien de rol van de media (vermenging van informatie en entertainment, de dynamiek van hypes en scoops, de aan verslaving grenzende populariteit van peilingen) en gezien de wispelturigheid van kiezers-zonder-honk. Zo beschouwd moet een partij die verloren heeft een volgende keer met een betere campagne de verloren kiezers zonder meer kunnen terughalen.

Voor anderen staat of valt elke verklaring met een juiste duiding van historisch-maatschappelijke onderstromen. Dan gaat het bijvoorbeeld over de mate waarin mensen van alle rangen en standen zich door volksvertegenwoordigers werkelijk vertegenwoordigd voelen. Of om verschuivingen in de relaties tussen oude en nieuwe Nederlanders. Of om irritaties over een Europa dat integreert en accelereert, maar bij zijn burgers geen aansluiting heeft. Of om de groeiende afstand tussen hoogopgeleiden die profiteren van mondialisering en de kenniseconomie en laagopgeleiden die dergelijke ontwikkelingen als een bedreiging ervaren. Wie het vizier op deze trends richt, zal over de mogelijkheid van een snelle rebound van verliezende partijen niet optimistisch zijn, althans niet op een termijn zo kort als vier jaar. Onderstromen laten zich, naar hun aard, immers niet abrupt verleggen. Fluctuaties in beeldvorming en beleid zijn overigens wel denkbaar en in de praktijk aanwijsbaar.

Een derde veelgenoemde factor is, niet verrassend, het eigen profiel van politieke partijen. Dat profiel is een optelsom van ideologie, functioneren en imago. Voor de PvdA draait het daarbij onder andere om de kwestie 'ideeënpartij versus beleidspartij'. Toen Wim Kok eind 1995 in de Den Uyl-lezing constateerde dat het moment was gekomen om de ideologische veren af te schudden, doelde hij vooral op het radicale denken in dogma's, niet op de sociaal-democratische idealen als zodanig. Maar de PvdA is onder Paars in haar hang naar pragmatiek doorgeschoten. Ze neigde naar technocratisch opereren en werd al te zeer een bestuurders- en beleidspartij met een ambtelijke cultuur. Die ontwikkeling overlapte in de tijd met een inhoudelijke koersverlegging: ten dele werden klassiek-socialistische elementen verruild voor meer sociaal-liberale. Tussen overheid en markt, collectief en individu, gelijkheid en vrijheid werden nieuwe evenwichten gezocht, maar niet zonder meer gevonden. Na 2002 werden pogingen tot re-ideologisering ondernomen, met als resultaat onder meer het Beginselmanifest, de rapporten uit de serie 'Brandende Kwesties' en Wouter Bos' eigen bijdrage, *Dit land kan zoveel beter*. Tot een synthese in het denken, een duidelijke rode draad, kwam het echter niet en het draagvlak onder de leden bleef te smal.

Een factor die indirect samenhangt met het politieke profiel van een partij, is haar interne organisatie. De PvdA is een vereniging van leden, samengebracht in afdelingen en gewesten. Hoe groot is hun macht? Voldoen de mechanismen van de eigen partijdemocratie – informatieoverdracht, inspraak, invloed, verantwoording – aan de eisen van deze tijd? Waarop berust het mandaat van degenen die leiding geven aan de partij? Hoe verhouden zich de weinigen die met het partijwerk hun boterham verdienen tot de velen die voor de partij als vrijwilliger actief zijn? Dat zijn vragen van groot belang.

In de gesprekken die de door het vorige PvdA-partijbestuur ingestelde commissie-Vreeman – over haar opdracht en werkwijze zo dadelijk meer – heeft gevoerd en in de schriftelijke bronnen die ze heeft bestudeerd komen alle hier genoemde typen verklaringen voor. Bij het schrijven van haar analyse en het formuleren van haar opdracht aan de PvdA heeft de commissie ze gewogen. Veel aandacht ging uit naar de ontwikkelingen in de aanloop naar 22 november 2006, maar ook het functioneren van de PvdA in de jaren daarvoor en de politieke actualiteit werden in oenschouw genomen. In februari 2007 trad het nieuwe

kabinet van CDA, PvdA en ChristenUnie aan. In maart volgden verkiezingen voor de Provinciale Staten. De uitslag daarvan bracht voor de PvdA nog geen begin van electoraal herstel. Het stemmenverlies van bijna zes procentpunt ten opzichte van de Statenverkiezingen van 2003 resulteerde in een verlies van vijf van de negentien PvdA-zetels in de Eerste Kamer. Wanneer electoraal herstel zal optreden valt niet te voorspellen. Duidelijk is dat de PvdA zich maximaal zal moeten inspannen om haar positie te versterken.

Sociaal-democraten is het in essentie te doen om het wegnemen van barrières die individuen belemmeren in hun ontplooiing en emancipatie: spreiding van kennis, macht en inkomen. Anno 2007 vereist de complexiteit van de actualiteit een mobilisatie van alle denk- en daadkracht die in en om de PvdA voorhanden is. Deze opdracht is urgent. De PvdA moet haar traditie van openheid en pluriformiteit koesteren en nog veel meer dan tot nu toe het geval is geweest het gesprek zoeken met haar leden en met de samenleving. Dat wil zeggen: met 'ervaringsdeskundigen' in welke zin dan ook (of dat nu buurtbewoners zijn of ondernemers, ouderen of schoolverlaters, kunstenaars of professionals in de (semi-)publieke sector), met maatschappelijke organisaties (zoals werknemers- en werkgeversorganisaties, ideële organisaties, religieuze bewegingen) en met wetenschappers en inspiratoren uit binnen- en buitenland. In die gedachtewisseling moet de PvdA haar sociaal-democratische principes en idealen nadrukkelijk als uitgangspunt nemen: vrijheid, democratie, rechtvaardigheid, duurzaamheid, solidariteit.

De idealen van de PvdA verdienen het om met verve en trots te worden uitgedragen. In de context van concrete politieke kwesties is het telkens opnieuw zaak om die idealen en beginselen te vertalen naar een politieke visie. Die wordt op haar beurt omgezet in concreet handlingsrepertoire voor bestuurders en beleidsmakers en in een heldere boodschap voor burgers. Alleen langs deze weg kan het sociaal-democratisch profiel van de PvdA de stevigheid en herkenbaarheid heroveren waar de politiek van alledag om vraagt. En alleen zo kan de partij niet alleen de stem van mensen, maar ook hun vertrouwen herwinnen. Het is niet genoeg om kiezers eens in de vier jaar voor de partij in te nemen. Het gaat erom mensen voor langere tijd aan ons te binden. Juist in een tijd van snelle maatschappelijke veranderingen en lichte gemeenschappen kan dat maar op één manier: via de inhoud.

De commissie constateert dat de PvdA gebukt gaat onder een onvoltooid proces van inhoudelijke vernieuwing (resultierend in een inhoudelijk tekort), een onduidelijke identiteit en een tekortschietende regie, vooral in campagne-tijd. Na de verkiezingsnederlaag van mei 2002 ging de 'kaasstolp' aan diggelen.¹ De partij die eronder verstopt had gezeten, moest zich inhoudelijk en organisatorisch ingrijpend vernieuwen. Veel werd in gang gezet, maar niet alle veranderingen beklifden en voltooid is het werk zeker nog niet. Het is tijd om de laatste scherven op te vegen en de partij een krachtige nieuwe impuls te geven. Er is de afgelopen tijd veel over de PvdA gezegd, geschreven en in beeld gebracht. Met betrekking tot de nederlaag van 22 november zijn waardevolle analyses gemaakt, die discussie oproepen. Op 25 april culmineerden moeizame verhoudingen binnen het partijbestuur in een voortijdig aftreden van voorzitter en bestuur. Laat dat het dieptepunt zijn geweest. Met het uitvoeren van de opdrachten die de commissie-Vreeman in dit rapport formuleert, zet de PvdA een stap op de weg terug omhoog.

Opdracht en werkwijze

Aan de basis van het commissiewerk lagen de vragen² die het partijbestuur van de PvdA in december 2006 formuleerde:

- Welke politiek-maatschappelijke duiding valt te geven aan de verkiezingsuitslag van 22 november 2006, mede in het licht van onderliggende kiezersbewegingen en uitslagen van andere recente verkiezingen zoals voor de Tweede Kamer, gemeenteraden en Provinciale Staten en van het referendum over de Europese Grondwet?
- Wat zegt, tegen deze achtergrond, de verkiezingsuitslag van 22 november 2006 over sterkten en zwakten van de PvdA rond bepaalde onderwerpen, kiezersgroepen en regio's?
- Hoe beoordeelt de commissie in deze context de (strategische en politieke) opstelling van de PvdA voor, tijdens en na de verkiezingscampagne?
- Welke lessen voor de toekomst kunnen, gezien het hiervoor geschetste en in het licht van de in 2002 in gang gezette partijvernieuwing, worden getrokken?

Aan deze opdracht werd op het landelijk partijcongres in Zwolle op 17 februari 2007 een motie³ toegevoegd over gelijke vertegenwoordiging van mannen en vrouwen op kandidatenlijsten.

Hoewel alle bovengenoemde vragen in het onderzoek aan bod kwamen, vanuit diverse invalshoeken, is gaandeweg het accent enigszins komen te liggen op de derde en vierde. In een bijlage bij dit rapport zijn tabellen opgenomen over onder meer de resultaten van de PvdA bij de verkiezingen van 7 maart 2006 (Gemeenteraden), 22 november 2006 (Tweede Kamer) en 7 maart 2007 (Provinciale Staten).⁴ Aan de sterkten en zwakten van de PvdA rond bepaalde onderwerpen, kiezersgroepen en regio's wordt in het rapport aandacht besteed, maar de commissie raadt de partij aan om daar gericht nader onderzoek naar te (laten) doen.

Het rapport begint met tien opdrachten aan de PvdA. De analyse waaruit deze opdrachten zijn voortgekomen valt uiteen in drie delen. In het eerste deel ('De inhoud') wordt ingegaan op de partijvernieuwing van de afgelopen jaren en de inhoudelijke profilering van de PvdA in het campagnejaar 2006. In het tweede deel ('De campagne') staan de opzet en uitvoering van de campagne voor de Tweede-Kamerverkiezingen centraal. In het derde deel ('De partij') gaat de commissie in op het verenigingskarakter van de PvdA, het opsporen en ontwikkelen van politiek talent en de actuele koers van de partij in parlement en kabinet.

De commissie heeft zich voor haar onderzoek breed geïnformeerd. Van zeer groot belang waren de talloze bijdragen van partijleden en anderen die via de website van de PvdA, daaraan verbonden discussiefora, via e-mail en post werden geleverd. Soms ging het om uitvoerige en gedetailleerde analyses. Zelf voerde de commissie meer dan veertig uitgebreide gesprekken met in totaal ruim tachtig personen.⁵ Bij een deel van die gesprekken was de hele commissie aanwezig, voor de overige splitste zij zich op. Gesprekspartners waren onder meer lokale campagnecoördinatoren en afdelingsvoorzitters van de PvdA, medewerkers van het landelijke partijbureau en de Tweede-Kamerfractie, leden van de kandidaatstellings- en verkiezings-programmacommissies, de voorzitters van de PvdA-fracties in de Eerste en Tweede Kamer en het Europees parlement en leden van het partijbestuur (voor een volledig overzicht, zie bijlage IV). Leden van de commissie woonden bijeenkomsten bij van het Politiek Forum en de Adviesraad Verenigingszaken. Diverse partijorganen – van de Landelijke Adviesraad Ouderenbeleid tot de Zuid-Noord Commissie – leverden waardevolle schriftelijke input. Interessant waren ook de gesprekken die de commissie voerde met Jack de Vries en Hans Hoogervorst, campagneleiders van respectievelijk CDA en VVD. De publieke bronnen waaruit is geput variëren van mediapublicaties tot academische verhandelingen. Eind maart werd in een door de Wiardi Beckman Stichting georganiseerde bijeenkomst met een aantal wetenschappers van gedachten gewisseld, tegen de achtergrond van de WBS-publicatie *Verloren slag*. De commissie is iedereen die de tijd heeft willen nemen om haar te woord te staan bijzonder erkentelijk.

Samenstelling

De commissie-Vreeman bestond uit betrokken PvdA-leden uit verschillende geledingen van de partij. Zij zijn: Ruud Vreeman (burgemeester van Tilburg, voorzitter), Mirjam Salet (burgemeester van Spijkenisse, vice-voorzitter), Marja Bijl (voorzitter van de afdeling Rotterdam), Berend Buddingh' (wethouder te Giessenlanden), Veronica Dirksen (oud-wethouder te Maastricht), Dig Isthá (communicatiedeskundige), André Krouwel (universitair hoofddocent politicologie aan de Vrije Universiteit) en Keklik Yucel (lid van het Politiek Forum en in 2006 kandidaat voor de Tweede Kamer). Mare Faber (Wiardi Beckman Stichting) trad op als inhoudelijk secretaris, in samenwerking met Saskia Schinck (Kenniscentrum). Madeleine de Vries (PvdA-bestuurssecretariaat) bood secretariële ondersteuning.

TIEN OPDRACHTEN AAN DE PARTIJ VAN DE ARBEID

De commissie-Vreeman formuleert, op basis van het door haar verrichte onderzoek, de volgende opdrachten aan de Partij van de Arbeid:

1. Zet in op een krachtiger koppeling tussen beginselen en beleid

- Maak werk van een fundamentele politieke plaatsbepaling van de PvdA, een verdieping en verbreding van de inhoudelijke partijvernieuwing. Benut hiervoor de luwte tussen twee landelijke campagneperioden. De nieuwe partijvoorzitter stelt een kleine werkgroep in om het debat te overzien, maar bevordert bovenal een intensieve, partijbrede betrokkenheid. De richtingstrijd die onlosmakelijk met de PvdA verbonden is moet zich in de discussie weerspiegelen. De oogst vindt zijn weg naar een krachtige koers voor de PvdA: een verzameling politieke keuzes die richtinggevend is voor beleid, met een houdbaarheid die per definitie beperkter is dan die van beginselen. Deze koers moet uiteraard op papier worden gezet en het partijcongres moet zich erover uitspreken, maar de kern van de zaak is dat de hele partij zich bij de totstandkoming ervan betrokken weet.
- Natuurlijk moet in het debat intensief gebruik gemaakt worden van bestaand materiaal – van het Beginselmanifest (2005) en de serie ‘Brandende Kwesties’ (2004-2006) tot het Coalitieakkoord (2007). Stimuleer de ideeënstroom van het praktische, concrete niveau naar het politiek-ideologische en andersom. Benut internet, maar onderschat het belang van directe communicatie niet. Organiseer publieke debatten op landelijk, gewestelijk en afdelingsniveau. Laat de Tweede-Kamerfractie, de Wiardi Beckman Stichting en het Kenniscentrum hierin samen optrekken. Het partijledenblad *Rood* (met bij voorkeur een van het partijbestuur onafhankelijke redactie) en het WBS-maandblad *Socialisme & Democratie* bieden platforms voor discussie.
- Versterk de ideologische hechtheid en het ‘clubgevoel’ binnen de partij door vier thema’s tot de ruggengraat van het debat te maken: *sterk* (economie, arbeid en ondernemerschap), *sociaal* (verzorgingsstaat en publieke sector, integratie, grote steden, gelijke kansen), *groen* (klimaat, energie, ruimtelijke ordening) en *internationaal* (Europa, transatlantische en Zuid/Noord-verhoudingen). Drie vraagstukken verdienen topprioriteit: 1) herstel van het vertrouwen in de (semi-)publieke sector; 2) een adequate rechtsorde van de arbeid en ordening van de economie; 3) de nieuwe sociale kwestie, die draait om de verhoudingen tussen oude en nieuwe Nederlanders.

2. Neem afscheid van zowel verambtelijkte als overhaaste manieren van rekrutering

- Een vitale PvdA is een aantrekkelijke partij om actief voor te worden: als volksvertegenwoordiger, bestuurder, adviseur, campagnevoerder of kritisch lid. Maak het scouten van waardevolle krachten tot een tweede natuur voor iedereen die bij de PvdA betrokken is. Hervorm het professionele partijapparaat vanuit dat uitgangspunt, onder verantwoordelijkheid van de partijvoorzitter. Benoem voor alle provincies en voor een aantal belangrijke maatschappelijke sectoren ‘talent scouts’, als aanjagers van het proces. Maar iedereen kan voor het leggen van contacten worden ingezet, ook leden die geen politieke of partijfunctie bekleden: van buurtactivist tot ziekenhuisdirecteur, van ondernemer tot wetenschapper. Elk netwerk kan relevant zijn.
- Communicatie moet nauwgezet verlopen en verzamelde informatie moet zorgvuldig worden beheerd. Koester talent dat binnenboord is, benut en ontwikkel het. Profiteer ook van de kennis en ervaring van leden met die met hun (politiek-bestuurlijke) werk voor de PvdA hun sporen hebben verdiend.
- Zorg voor scholing op maat, durf in verschillende circuits te denken: de partij moet opleidingen aanbieden op ten minste drie niveaus (start, midden, top). Laat talentvolle buitenstaanders zich ontwikkelen

tot 'binnenstaanders' die zich met de partij, haar programma en geschiedenis nauw verbonden weten. Eis van volksvertegenwoordigers en bestuurders gedegen kennis van de sociaal-democratie en stel voortdurende politieke professionalisering verplicht (scholing, coaching en/of intervisie).

3. Kies kandidaat-volksvertegenwoordigers om hun politiek-inhoudelijk gewicht

- Maak bij het opstellen van kandidatenlijsten voor de Eerste en Tweede Kamer criteria als spreiding naar regio, leeftijd, etniciteit en sekse ondergeschikt aan politiek-inhoudelijke criteria (kennis, vaardigheden, ervaring, imago).
- Uiteraard kan in specifieke gevallen de binding van een kandidaat met een bepaalde doelgroep of regio hem of haar juist dergelijke politiek-inhoudelijke meerwaarde geven. Wat regionale representativiteit betreft: hoe sterker de beleving van de regionale identiteit door de eigen inwoners, hoe belangrijker de regionale worteling van een kandidaat (affiniteit met en kennis van de regio, een eigen netwerk, naamsbekendheid). Het doorgeschoten imago van de PvdA als 'randstedelijke partij' moet worden gecorrigeerd.
- Een evenwichtige vertegenwoordiging van de seksen op een lijst is een morele opdracht, die echter ook op andere manieren kan worden ingevuld dan door het om en om plaatsen van mannen en vrouwen.
- Bij de samenstelling van de top-tien van de kandidatenlijst voor de Tweede Kamer moet een specifieke combinatie van drie selectiecriteria leidend zijn: electorale aantrekkingskracht, bestuurlijke capaciteiten, inventiviteit op inhoud. Het gezamenlijke profiel van de eerste tien op de lijst weerspiegelt een goede balans tussen die drie kwaliteiten.
- Als de rekrutering en de interne opleidingen op orde zijn, kan de partij op elk moment kiezen uit een groot aantal capabele kandidaten met uiteenlopende profielen. Mensen moeten actief worden benaderd voor een selectieprocedure. Het moet niet zo zijn dat op gekozen posities uitsluitend wordt gesolliciteerd: het gaat om een ambt, niet om een baan.

4. Maak verkiezingsprogrammacommissies krachtig

- Ook bij de samenstelling van een verkiezingsprogrammacommissie zijn politiek-inhoudelijke criteria dominant. Het is echter niet nodig om, zoals in 2006 gebeurde, voor vrijwel elk beleidsterrein een specialist in het gezelschap op te nemen. Laat een compacte commissie intensief gebruik maken van de inbreng van deskundigen, onder wie Tweede-Kamerleden, fractiemedewerkers en het wetenschappelijk bureau.
- De programmacommissie begint niet bij nul. Ter inspiratie dient, onder meer, de koers die voortvloeit uit het partijbrede debat over inhoudelijke vernieuwing (zie opdracht 1).
- Een gedegen financiële onderbouwing van de voorstellen is noodzakelijk. Daarom is in elk geval, zoals voorheen ook de gewoonte was, de financieel woordvoerder van de Tweede-Kamerfractie lid van de programmacommissie.

5. Schep voor verkiezingscampagnes een heldere organisatiestructuur

- In verkiezingstijd worden vrijheid en debat tijdelijk ingeruild voor eenheid en discipline. Iedereen die bij de campagne betrokken is heeft dan één opdracht: winnen. Om dat te bereiken is een eenvoudige, duidelijke en door alle betrokkenen aanvaarde campagnestructuur cruciaal. Tegenspraak moet worden georganiseerd, maar niet ieder besluit kan inzet worden van discussie. De lijnen moeten kort zijn, verantwoordelijkheden helder.
- Bovenaan staat de campagneleiding, daaronder bevindt zich een overzichtelijk aantal teamhoofden die de campagnestaf aansturen. De campagneleiding neemt de besluiten, de staf voert ze uit. De aansturing van medewerkers moet over zo weinig mogelijk schijven lopen.
- Bij de personele invulling van de campagnehiërarchie moet, naast strijd lust, deskundigheid het

dominante criterium zijn. Dat betekent dat ook buiten de bestaande partijorganisatie gezocht kan worden. Met het inrichten van stuur- of klankbordgroepen moet uiterst terughoudend worden omgesprongen.

- De lijsttrekker is hoofverantwoordelijk voor het uitdragen van de politieke boodschap van de partij. De partijvoorzitter vertegenwoordigt eerst en vooral de vereniging (leden, afdelingen, gewesten). Hij (of zij) treedt op als voorzitter van het strategisch beraad en legt verantwoording af aan de leden (via het congres). Daarnaast is er één professionele campagneleider, die niet alleen het volledige vertrouwen heeft van de lijsttrekker en de partijvoorzitter, maar ook een ruim mandaat om tactische beslissingen te nemen. Dit trio (lijsttrekker, partijvoorzitter, campagneleider) vormt de spil in de campagneleiding. Daarnaast worden deskundigen ingeschakeld. Er worden duidelijke afspraken gemaakt over besluitvorming in geval van interne verschillen van mening. Het ligt voor de hand om de stem van de lijsttrekker in die gevallen doorslaggevend te laten zijn.
- Zorg dat de partij voldoende media-strategische expertise in huis heeft om via verschillende kanalen (traditionele media, websites/weblogs, digitale stemtesten) in een goede onderlinge balans de campagneboodschap uit te dragen. Zonder de inzet van vrijwilligers kan geen verkiezingscampagne slagen. Ook in het huidige mediatijdperk blijft het van het grootste belang om honderdduizenden persoonlijke contacten tussen campagnevrijwilligers en kiezers te organiseren. Dat lukt het beste als de campagnestructuur aan gewesten en afdelingen enige ruimte laat om eigen accenten te leggen. Informatie moet continu in twee richtingen bewegen: van de straat naar de top (best practices, signalen over wat er leeft) en andersom (campagnetactiek, concrete toelichting op programmapunten, rekenvoorbeelden).

6. Voer 'permanent' campagne

- Na verkiezingen keert de partijorganisatie terug naar haar gebruikelijke vorm en taken. Ook dan moet de campagneleiding echter met enige regelmaat bijeen blijven komen. Een klein permanent campagne-team houdt zich, onder dagelijkse regie van de campagneleider, bezig met onder meer: het uitdragen van PvdA-standpunten (inclusief het vieren van politieke overwinningen), het testen van nieuwe ideeën, het doen van *enemy research* onder concurrerende politieke partijen en het investeren in relaties met oude en nieuwe media. Een van de teamleden is de trend- en doelgroepenonderzoeker van de partij. Zo nodig wordt extra onderzoek ingekocht. Ook via het wetenschappelijk bureau kan informatie worden ingewonnen, bijvoorbeeld via een werkgroep electorale processen.
- Besteed in de permanente campagne gerichte aandacht aan regio's. Schep zo snel mogelijk duidelijkheid over de coördinatie van de 32 regionale steunpunten, waarin afdelingen samenwerken. Stel prioriteiten. Stel bijvoorbeeld alles in het werk om Noord-Nederland voor de PvdA te behouden en om de grote steden in Brabant en Limburg te heroveren. Mobiliseer wethouders en raadsleden. Zij zijn het gezicht van de PvdA op lokaal niveau.
- Meer in het algemeen moet de PvdA haar basis in de samenleving verbreden. Hier ligt een belangrijke verantwoordelijkheid voor het partijbestuur, inclusief de voorzitter. Organiseer contacten, richt werkgroepen in, beleg werkconferenties, monitor de uitvoering van het kabinetsbeleid met de uitvoerders zelf (in sectoren als de zorg, het onderwijs, de politie). Vul de bestaande geografische organisatiestructuur aan met een structuur die maatschappelijke sectoren weerspiegelt. Investeer in contacten met sleutelfiguren binnen vakbonden en het bedrijfsleven (inclusief het midden- en kleinbedrijf). Zoek aansluiting bij specifieke beroepsgroepen – bijvoorbeeld via partijleden die in die sectoren werkzaam zijn – en besteed daarbij speciale aandacht aan de (semi-)publieke sector. Vernieuw ook de verbintenissen van de partij met de werelden van de kunsten en de publieke omroepen. Haal, met name in de grote steden, de banden aan met wijkverenigingen en migrantenorganisaties.

7. Zorg dat het partijbureau goed functioneert

- Formele en informele machtsstructuren in de partijorganisatie moeten synchroon lopen, binnen en buiten campagnetijd. Dit is op het partijbureau in Amsterdam nu niet het geval. Het interim-partij-

bestuur dient op korte termijn de structuur en kwaliteit van het management te onderzoeken en daar consequenties aan te verbinden. In het verlengde hiervan moet een volgend partijbestuur een doorlichting realiseren van de organisatie van het partijbureau als geheel, bij voorkeur met behulp van extern, onafhankelijk advies.

- Een goede samenwerking tussen partijbureau en partijbestuur is noodzakelijk voor een soepele dagelijkse gang van zaken. Het partijbestuur moet bestaan uit deskundige, betrokken partijleden zonder eigen politieke ambities op korte termijn. Evalueer de effectiviteit van de huidige bestuursvorm van de PvdA (met twee betaalde fulltime krachten en verder vrijwilligers; met een relatief korte zittingsduur van twee jaar; met een voorzitter die rechtstreeks via een ledenraadpleging wordt gekozen en overige leden die langs andere weg worden voorgedragen aan het congres, doorgaans door een commissie). Verbind daar consequenties aan.

8. Verdeel verantwoordelijkheden op basis van vertrouwen

- Tussen de politiek leider, de partijvoorzitter en de fractievoorzitters in de Eerste Kamer, de Tweede Kamer en het Europees Parlement moet te allen tijde sprake zijn van respectvolle afstemming en collegiale samenwerking. De partijvoorzitter draagt een speciale verantwoordelijkheid in het bewaken hiervan.
- Bij de politiek leider komt alles samen. Hij (of zij) draagt generieke verantwoordelijkheid voor de effectiviteit van het politieke opereren en het algemene functioneren van de PvdA. Die verantwoordelijkheid kan hij alleen waarmaken als hij vorm geeft aan een team en een omgeving met heldere besluitvormings- en adviesstructuren, waarin verantwoordelijkheden weloverwogen en op basis van vertrouwen worden gedelegeerd en taken professioneel worden uitgevoerd.

9. Versterk waar we sterk in zijn

- Om het clubgevoel binnen de partij nieuw leven in te blazen, moet de PvdA drie van haar grootste kwaliteiten inzetten en verder uitbouwen: ten eerste, haar traditionele vermogen om een brug te slaan tussen kansarme groepen en het kansrijke midden; ten tweede, de bestuurlijke kracht van de partij op lokaal niveau; en, ten slotte, de etnische diversiteit van haar achterban en politieke voorhoede.
- Benut de regeringskracht. Met het coalitieakkoord van het nieuwe kabinet is een streep gezet onder het harde en polariserende beleid van vorige kabinetten. Het akkoord biedt grote kansen voor het ten uitvoer brengen van belangrijke PvdA-programmapunten, onder meer op het gebied van de aanpak van oude wijken, onderwijs, duurzaamheid en Europees beleid. Besef tegelijkertijd dat de partij langs deze weg niet automatisch herstelt van de klap die zij bij de verkiezingen van 22 november 2006 heeft gekregen: kiezers zullen de PvdA niet zomaar belonen voor het feit dat het kabinet doet waarvoor het is aangesteld, namelijk verstandig beleid voeren. De partij moet haar eigen gezicht tonen, durven contrasteren met andere partijen en blijf geven van de moed om bij de uitvoering van het coalitieakkoord scherp aan de wind te zeilen, in parlement én kabinet. De successen die PvdA-bewindslieden behalen, moet de partij actief uitdragen. Die taak kan niet worden overgelaten aan de voorlichtingsdiensten van de ministeries.

10. Beoefen politiek met passie

Als iets duidelijk is geworden bij de verkiezingen van de afgelopen jaren, dan is het wel dat mensen passie, authenticiteit en strijd lust meer waarderen dan tactiek en strategische manoeuvres. Trend- en kiezersonderzoek is niet zonder belang, maar politiek leiders mogen zich er niet door laten sturen. Op alle bestuurslagen, van lokaal tot Europees, geldt: politiek is geen marketing en een politicus moet meer in huis hebben dan managementkwaliteiten. Wie zijn hart en intuïtie niet laat spreken, krijgt kiezers niet

aan zijn zijde. Politici moeten hun betrokkenheid bij maatschappelijke problemen tonen, complexe ontwikkelingen duiden, mensen inspireren, het voortouw durven nemen. De PvdA heeft een lange traditie van dit soort politieke gedrevenheid: de wil om de samenleving te verbeteren. Die traditie leeft voort, ook onder de 60.000 leden die de partij verenigt. Koester die leden. Maak goed gebruik van hun collectieve denk- en werkkraft. En beoefen het politieke vak, van dag tot dag, met hartstocht.

I. DE INHOUD

1.1 De dreun en de vernieuwing

In de oppositieperiode 2002-2006 was de eerste prioriteit van de PvdA niet het voeren van stevige oppositie, maar partijvernieuwing en voorbereiding op regeringsdeelname. Na de electorale dreun van mei 2002 was de verwarring groot en de keuze voor partijvernieuwing een logische. In september van dat jaar publiceerden werkgroepen onder leiding van Margreeth de Boer en Hans Andersson *De kaasstolp aan diggelen* en *Onder een gesloten dak groeit géén gras*. Het eerste rapport mondde uit in een lijst 'brandende kwesties' waarop de PvdA een antwoord zou moeten formuleren. Het tweede deed praktische aanbevelingen die de macht in de partijorganisatie zouden moeten teruggeven aan de leden.

Een daarvan, selectie van de lijsttrekker via een ledenraadpleging, sloot aan bij een besluit dat het partijbestuur in het voorjaar al genomen had. In november werd Wouter Bos tot winnaar uitgeroepen. Partijvernieuwing was een van de onderwerpen waarop hij campagne had gevoerd. Het partijbestuur stelde commissies in, die tussen april 2004 en maart 2006 rapporten publiceerden, een proces dat werd overzien door een coördinatiegroep waarin onder meer de politiek leider en de partijvoorzitter zitting hadden.⁶ De oogst werd binnen de partij wel bediscussieerd, maar onvoldoende geïnternaliseerd. Het aanzienlijke intellectuele potentieel in en om de PvdA – onder wetenschappers, praktijkdeskundigen, lokale helden – werd aangeboord, maar niet genoeg. Er werd getornd aan zekerheden, maar tot een nieuwe synthese kwam het niet; de keuzes die werden gemaakt door de commissies en bevestigd door het partijcongres lieten zich niet samenbinden in één duidelijke lijn of richting. Dat maakte het PvdA-standpunt over concrete vraagstukken onvoorspelbaar.

Men zou kunnen zeggen dat de nieuwe standpunten – over onder meer gezondheidszorgbeleid, hervorming van de sociale zekerheid, bestuurlijke vernieuwing – niet bezonken in de *hearts and minds* van de partijleden. Dat werd door een deel van hen overigens niet als een groot probleem ervaren: het electorale herstel bij de verkiezingen van januari 2003 was een pleister op de wonde van de nederlaag in mei 2002, terwijl het feit dat de PvdA niet meeregeerde afdeed aan de urgentie van haar stellingnames. Het gevolg was dat de politieke visie waarmee Wouter Bos aan het partijleiderschap was begonnen en die hij met behulp van de diverse inhoudelijke commissies gaandeweg doorontwikkelde, te veel alleen de zijne bleef. Pogingen vanuit de top (partijbesturen, voorzitters, politiek leider) om het debat in de partij aan te zwengelen, leverden te weinig op. Dat de vernieuwing te veel een papieren exercitie bleef, droeg eraan bij dat in de Haagse politieke praktijk het onderscheid tussen het profiel van de PvdA en dat van haar concurrenten, met name de SP, te weinig uit de verf kwam.

1.2 Winst bij de gemeenteraadsverkiezingen

Dat het beleid van de eerste drie kabinetten-Balkenende met de jaren steeds meer weerstand opriep in de samenleving, speelde de oppositie in de kaart. Rond de gemeenteraadsverkiezingen van 7 maart 2006 zwol het offensief aan. Met steun van een losse coalitie van politieke partijen en maatschappelijke organisaties kon de PvdA, met Wouter Bos voorop, overtuigend betogen dat het roer radicaal om moest, omdat 'dit land zoveel beter kon'. In een deels autobiografisch, deels politiek document onder deze titel, gepresenteerd op 16 december 2005, gaf hij de lezer inzicht in zijn politieke idealen en persoonlijke drijfveren. Hij pleitte voor bindend leiderschap en een breuk met het polariserende optreden van het zittende kabinet. Dat het PvdA-verhaal op concrete beleidsinhoud nog aan kracht te wensen overliet, stond een historische verkiezingszege op 7 maart niet in de weg.⁸ Kiezers waren – los van hun inhoudelijke overwegingen op lokaal niveau, die uiteraard ook gewicht in de schaal legden – voornamelijk meer geïnteresseerd in het afgeven van

een signaal tégen het zittende kabinet dan vóór een specifieke alternatieve koers.⁹ Dat veranderde toen de gemeenteraadsverkiezingen achter de rug waren en iedereen het vizier richtte op de Tweede-Kamerverkiezingen.

1.3 Het PvdA-verkiezingsprogramma

Toen partijvoorzitter Ruud Koole in december 2005 het stokje doorgaf aan Michiel van Hulten, was de samenstelling van de kandidaatstellers- en verkiezingsprogrammacommissies voor de Tweede-Kamerverkiezingen (die toen nog gepland stonden voor 15 mei 2007) nog niet bepaald. Koole wilde zijn opvolger niet voor voldongen feiten plaatsen.

Het had voor de hand gelegen om voor de verkiezingsprogrammacommissie een beroep te doen op de goed ingevoerde voorzitters (en/of leden) van de commissies die de rapporten uit de serie 'Brandende Kwesties' hadden geschreven. Van Hulten, Wouter Bos en commissievoorzitter Paul Depla kozen echter voor een andere samenstelling. Begin april 2006 ging de commissie aan het werk. Naast de voorzitter telde ze zestien personen, onder wie een flink aantal van buiten de politiek. Twee waren er geen lid van de PvdA (onder wie de Belg Steve Stevaert). Een breed palet aan kennisvelden en maatschappelijke sectoren was in de commissie vertegenwoordigd. Anders dan voorheen hadden er geen Tweede-Kamerleden zitting in.¹⁰

De commissie schreef het verkiezingsprogramma in een daadkrachtige, optimistische toon. Tegen de achtergrond van het herstel van de Nederlandse economie werd besloten om de centrale boodschap te nuanceren van 'dit land kan zoveel beter' tot 'het gaat goed, maar als we het allemaal samen doen, gaat het nog beter'. Lijsttrekker Bos kon zich goed vinden in deze constructieve teneur. Er school wel het risico in dat noch die kiezers zouden worden bediend die vonden dat het helemaal zo goed niet ging (potentiële SP-stemmers), noch diegenen die inderdaad best tevreden waren (waarmee een keuze voor het CDA in beeld kwam).¹¹

Op 30 juni 2006 viel het kabinet-Balkenende II. De verkiezingen voor de Tweede Kamer werden vervroegd naar 22 november. Dat had uiteraard consequenties voor de planning van de PvdA-campagne. Bezwaarlijk was dat de partij bijna als laatste van alle partijen haar programma rond had.¹² Behalve aan de vertraging die was opgelopen bij het samenstellen van de commissie, was dat te wijten aan het feit dat zomervakanties van de commissieleden de werkzaamheden hadden doorkruist. Toen het verkiezingsprogramma op 3 september werd gepresenteerd, had concurrent CDA er al een zomer van campagne-activiteit opzitten.

De uitgebreide tekst, met als titel *Samen sterker. Werken aan een beter Nederland*, werd in de media 'gematigd positief' ontvangen.¹³ Veel PvdA-afdelingen reageerden enthousiast. Er was waardering voor onder meer de ambitie om Nederland in 2010 het schoonste land van Europa te laten zijn en de voorstellen tot beperking van marktwerking in de zorg. Met het accent op 'kinderen' en 'respectvol samenleven' dat in het programma doorklonk, bond de PvdA de strijd aan met het CDA van Jan Peter Balkenende.

Tot opluchting van die concurrent zou die focus echter al snel naar de achtergrond verdwijnen. Problematisch was ook dat gaandeweg bleek dat sommige kernpunten uit het programma niet solide in elkaar staken. Dat gold bijvoorbeeld voor het (voor drie dagen per week) gratis maken van kinderopvang en het afschaffen van het systeem van de zorgtoeslag. De praktische en financiële onderbouwing van deze voorstellen liet te wensen over, wat ze kwetsbaar maakte voor kritiek. Over versoepeling van het ontslagrecht – een electoraal gevoelig punt – werd in het programma een standpunt ingenomen dat haaks stond op de persoonlijke overtuiging van Wouter Bos, die hij eerder publiekelijk had uitgedragen. In de campagne kon de concurrentie met deze 'draai' haar voordeel doen.

Bij de presentatie van de doorrekening door het Centraal Planbureau, eind oktober, kwam het PvdA-programma slecht uit de bus. Dat was ten dele een gevolg van haperende communicatie tussen de programmacommissie en de financiële subcommissie¹⁴, respectievelijk het Planbureau. Ten dele was het ook een gevolg van een verkeerde inschatting van de economen die namens de partij bij het proces betrokken waren. Het drama rond de AOW-plannen, dat de partij de hele zomer in de klem had gehouden, kreeg bij de CPB-doorrekening een pijnlijk slotakkoord.¹⁵

1.4 De inhoudelijke profilering in de campagne

Uit onderzoek zou blijken dat veel van de inhoudelijke voorstellen die de PvdA in haar verkiezingsprogramma deed, aansloten op de voorkeuren van een groot deel van de kiezers.¹⁶ De partij slaagde er echter slecht in om door te komen met haar boodschap, niet in de laatste plaats doordat veel media-aandacht uitging naar diverse tegenslagen en fouten van eigen makelij.¹⁷ Bovendien was er geen duidelijke hiërarchie in de campagnethema's aangebracht. Vijf ervan moesten samen de kernboodschap vormen: 'goede zorg voor iedereen', 'veilige straten en buurten', 'beter onderwijs, goede scholen', 'gelijke kansen voor iedereen' en 'investeren in schone energie'. Maar er was ook een flyer vol bullets onder de kop 'alle veertien goed'.

Weer een andere verklaring schuilt in het soort thema's waar de verkiezingsstrijd om draaide. De leus van de PvdA is 'sterk en sociaal', in die combinatie schuilt haar kracht. Doordat het economisch goed ging, konden de regeringspartijen nu het 'sterk' claimen, terwijl de SP zich op 'sociaal' kon profileren. De PvdA slaagde er niet in om geruchtmakende CDA-aanvallen op haar voorstellen inzake de AOW en de middeninkomens te pareren. Het lukte ook niet om het publieke debat te verleggen naar thema's als integratie en de oude wijken, waarmee Bos veel affiniteit had en waarmee hij de PvdA in de kijker zou kunnen spelen. Dat streven werd extra bemoeilijkt doordat de media in campagnetijd veel goed nieuws te brengen hadden over typisch linkse issues als armoedebestrijding en sociale zekerheid.¹⁸

In de kiezersonderzoeken die werden gehouden tussen begin september en eind november gaven veel mensen aan niet te weten waar de PvdA nu eigenlijk voor stond.¹⁹ De inhoudelijke verschillen met andere partijen op links en in het centrum waren aanzienlijk – onder meer inzake de dossiers immigratie en integratie, verzorgingsstaat, Europa, buitenlandse zaken en defensie – maar voor de kiezer waren ze te weinig zichtbaar. Deze programmatische onduidelijkheid vormde een extra impuls voor de toch al stevige trend richting personalisering van de politiek. Op 1 november 2006 werd de interviewbundel *Wat Wouter wil* gepubliceerd, waarin Bos zijn plannen met Nederland nog eens krachtig uiteenzette. In de pers maakte het boekje echter weinig los.

Tien dagen voor de verkiezingen zagen de peilingen er zo slecht uit dat de PvdA een noodoffensief inzette. De campagneleiding zag zich gedwongen om naar thema's te grijpen die het bij de kiezer goed deden (voedselbanken, misstanden in verpleeghuizen), maar die niet aansloten op de toon van daadkrachtig optimisme uit het verkiezingsprogramma, noch bij de persoonlijke insteek van de lijsttrekker. De mate van polarisatie van het debat en de thema's waar het in de campagne uiteindelijk over ging, pasten niet bij het profiel van een vernieuwde PvdA dat Bos in de steigers had gezet. Het lichte herstel in de peilingen dat zich tegen 22 november aftekende was meer dan welkom, maar daarvoor betaalde Bos – en met hem de PvdA – een prijs in de vorm van een continuïteitsbreuk op inhoud.

II. DE CAMPAGNE

Na de historische overwinning bij de gemeenteraadsverkiezingen van maart 2006, heeft de PvdA onvoldoende stilgestaan bij de noodzaak om voor de Tweede-Kamerverkiezingen de campagne opnieuw uit te denken. In feite werd het recept grotendeels gekopieerd, terwijl de omstandigheden veranderd waren. Bij verkiezingen voor gemeenteraden plegen kiezers een signaal af te geven in de richting van het zittende kabinet. In maart 2006 was dat een kritisch signaal. Maar als het om de Tweede Kamer gaat, maken kiezers een andere afweging: welke partij schenk ik mijn vertrouwen? Daar kwam bij dat de partij er bij aanvang van de verkiezingsstrijd onvoldoende van doordrongen was dat de recordpeilingen uit het voorjaar niets anders konden doen dan dalen. Het risico was dat de PvdA al snel als verliezer te boek zou komen te staan en daarmee voor de kiezer onaantrekkelijk zou worden. Die aanstaande neergang maakte een eigen framing urgent: de partij moest de boodschap uitdragen dat zij zich niet rijk mocht rekenen, maar zou moeten vechten voor elke zetel. Als de partijtop zich van dit gegeven al bewust was, dan lukte het niet om die stemming van begin af aan op te roepen in de rest van de partij en in de media. In plaats daarvan werd aangestuurd op een strijd om het Torentje tussen Balkenende en Bos.

2.1 Een logge campagneorganisatie

In de commentaren op de PvdA-campagne voor de Tweede-Kamerverkiezingen van 22 november 2006 springt één frase in het oog: gebrek aan regie. Dat er op alle niveaus hard aan is getrokken staat buiten kijf – door de vrijwilligers aan de kraam tot en met de partijtop. Maar een deel van die energie verdampte doordat mensen langs elkaar heen werkten en hun aansturing te wensen overliet. Een goede campagne-structuur berust op een duidelijke verdeling van verantwoordelijkheden en heldere informatielijnen. Kritisch tegengeluid wordt georganiseerd, maar het is ook altijd helder wie de knopen doorhakt. Snel kunnen reageren op acties van tegenstanders (*rapid response*) is cruciaal. De campagne die de PvdA voerde in de aanloop naar 22 november 2006 was geen toonbeeld van dergelijke geconcentreerde eenheid. Ze werd gekarakteriseerd door fouten, inefficiëntie, besluiteloosheid en gebrek aan onderling vertrouwen. Zwakte in de hiërarchische structuur is overigens een probleem waar de PvdA ook bij eerdere campagnes mee te kampen heeft gehad.²⁰

Op initiatief van de partijvoorzitter werd na de gemeenteraadsverkiezingen de Politieke Campagne Commissie vervangen door een kleine Campagneleiding (voor de dagelijkse besluitvorming) plus een grotere Stuurgroep (voor het politieke en bestuurlijke draagvlak).²¹ Dit pakte slecht uit. De Stuurgroep vergaderde slechts enkele keren en had vooral een adviserende functie op hoofdlijnen. Doordat de personele samenstelling niet klopte, was er te weinig aandacht voor campagnetechnische aangelegenheden en voor het politieke draagvlak. Klankbordgroepen met ervaren politici moesten die leemte vullen. Logischer was het geweest om enkele leden daarvan zitting te laten nemen in de Stuurgroep.

Het belangrijkste orgaan was de Campagneleiding, waarin zitting hadden de lijsttrekker, de partijvoorzitter, de campagnemanager, het hoofd voorlichting van de partij, een campagnedeskundige en een secretaris.²² Over de onderlinge taakverdeling en beslissingsbevoegdheden bestond onduidelijkheid. De chemie was niet goed, belangrijke besluiten bleven soms lang hangen en er werd veel tijd besteed aan uitvoeringszaken. Dat ging ten koste van de slagkracht van de campagne. In de zogenaamde 'hete fase' was er elke ochtend overleg, zo nodig via een telefonische vergadering, maar omdat Wouter Bos voor de zeepkistentournee veel onderweg was, liet hij zich soms vervangen door zijn politiek assistent. Het crisismanagement liet te wensen over, waardoor uitglijers en onverwachte tegenslagen niet goed konden worden opgevangen. Elke volgende misser versterkte het beeld van een blunderende PvdA – een beeld dat op zich ook weer 'nieuws' werd.

Op papier was de partijvoorzitter campagneleider, maar in de praktijk was de positie van Van Hulten niet zo sterk dat hij het voor het zeggen had. Om zijn formele verantwoordelijkheid invulling te geven had hij kort na de gemeenteraadsverkiezingen nadrukkelijk de wens uitgesproken om het voorzitterschap van het campagne-team over te nemen van campagnemanager Marco Esser, maar dat voorstel haalde het niet. Bos had in de door de wol geverfde Esser veel vertrouwen, maar Van Hulten twijfelde aan zijn leidinggevendende capaciteiten. Intussen had de lijsttrekker zelf veel invloed op de dagelijkse gang van zaken in de campagne. Het resultaat van dit alles was dat er niet één alom geaccepteerde en voor iedereen aanspreekbare 'leider van de campagne' was. In plaats daarvan ontstond er een situatie van drie kapiteins op een schip.

Er zaten meer zwakke schakels in het raderwerk van partij. Al sinds het begin van hun aanstelling, in december 2005, waren de verhoudingen tussen partijvoorzitter Van Hulten en de rest van het partijbestuur gespannen. Ook tussen bestuursleden onderling liet de samenwerking te wensen over. Om meningsverschillen te beslechten beriep de voorzitter zich soms op zijn persoonlijk mandaat: hij was, anders dan de overige bestuursleden, rechtstreeks door de partijleden gekozen.³³ Op het partijbureau verliep de dagelijkse samenwerking tussen de partijvoorzitter en het managementteam stroef. Dat probleem dateerde overigens al van voor de campagne. Het stond teamwork op basis van onderling vertrouwen en een soepele coördinatie van activiteiten in de weg.

Onder de Campagneleiding – met op enige afstand de Stuurgroep – hing het Campagne-team, dat op zijn beurt de Campagnestaf aanstuurde. Die staf, waaronder een groot aantal goed gemotiveerde maar niet altijd even strak gecoachte stagiairs, was ondergebracht in maar liefst negentien units.³⁴ Hoofden van units hadden zitting in het Campagne-team, dat werd voorgezeten door campagnemanager Marco Esser. Het team had tot taak besluiten van de Campagneleiding voor te bereiden en de uitvoering ervan te overzien.³⁵ Opvallend is dat een groot aantal mensen meer dan één functie bekleedde: in verschillende units van de Campagnestaf en/of in het Campagne-team en/of in de Campagneleiding en/of in de Stuurgroep. Hoe de lijnen precies liepen was niet in alle gevallen even helder, noch bij wie welke verantwoordelijkheid berustte. Dat maakte de communicatie stroperig. De organisatie was in hoge mate macht- en regelgestuurd, bureau-cratisch en inflexibel.

Voor de slotfase van de laatste tien dagen voor 22 november werd, mede op verzoek van de lijsttrekker, het politiek gewicht van de Campagneleiding verzaaid met drie kritische en ervaren Tweede-Kamerleden: Nebahat Albayrak, Sharon Dijksma en Frans Timmermans. Er werd een alles-op-alles-offensief ingezet, dat wellicht heeft bijgedragen aan het lichte herstel in de peilingen (zie paragraaf 1.4). Het algemene beeld blijft echter dit: waar andere partijen hun campagne-organisatie geheel in het teken stelden van het einddoel – winnen – slaagde de PvdA er lange tijd niet in om naar de hoogste versnelling door te schakelen.

2.2 De campagne 'op de grond'

Lokale afdelingen merkten dat het in vergelijking met de campagne voor de gemeenteraadsverkiezingen moeilijker was geworden om vrijwilligers te mobiliseren. Zelfs raadsleden en wethouders waren niet allemaal even gemakkelijk de straat op te krijgen. Een zekere campagnemoehid speelde daarbij een rol. Maar belangrijker was het feit dat de campagne voor de Tweede-Kamerverkiezingen naar verhouding een sterk top-down karakter had. Afdelingen die in maart veel succes hadden geboekt, vonden dat hun expertise (bijvoorbeeld inzake het voeren van doelgroepenbeleid) te weinig werd benut. In een deel van de plaatsen waar Wouter Bos zijn opwachting maakte, werd geklaagd dat zijn speeches te algemeen waren en te weinig lokale accenten hadden. De communicatie vanuit de Campagnestaf verliep niet altijd even gestroomlijnd en ging vaak buiten de regiocoördinatoren³⁶ om.

Het campagnemateriaal voldeed niet. Zo was er geen handzame samenvatting van het verkiezingsprogramma voorhanden. Voor mensen die het hele boekje wilden lezen gold een bijzonder omslachtige procedure. Uit kostenoverwegingen was besloten om het niet in grote aantallen te laten drukken. Wie aan de kraam een kaartje invulde, kreeg het programma toegestuurd en werd later door een campagnemedewerker opgebeld met de vraag of men van plan was om op de PvdA te stemmen. De populariteit van de SP baarde veel lokale campagnevoerders zorgen. Er was behoefte aan overzichtelijke puntenlijstjes waarop de verschillen met die partij uiteen werden gezet. Die werden echter niet gemaakt. De electoraal gevoelige

AOW-plannen konden aan kiezers nauwelijks worden uitgelegd doordat, tot twee weken voor de verkiezingen, heldere informatie met rekenvoorbeelden ontbrak. Ook de Armeense kwestie was een issue waar lokale partijleden in hun gesprekken met kiezers moeilijk mee uit de voeten konden.

Informatie uit afdelingen bleef op weg naar boven steken. Die indruk leeft althans sterk bij de zenders van die boodschappen (campagnecoördinatoren, afdelingsvoorzitters, leden). Al kort na de gemeenteraadsverkiezingen waren er op lokaal niveau signalen dat de stemming begon te kantelen, ten nadele van de PvdA. Dat zou een reden zijn om de boodschap aan te passen. Onduidelijk was of berichten hierover niet verder kwamen dan de partijbureau medewerker waar ze werden neergelegd, een regiocoördinator bijvoorbeeld, of dat hoger in de organisatie werd besloten om er niets mee te doen. Doordat de terugkoppeling tekortschoot, kregen afdelingen het gevoel dat ze voor een gesloten deur stonden. Dat schaadde het moreel.

2.3 Hoe de boodschap werd uitgedragen

Naast de zeepkisttournee van Wouter Bos – waarmee een beeld werd neergezet van de lijsttrekker ‘tussen de mensen’ – organiseerde het Campagneteam Arena-bijeenkomsten (rondom de vijf thema’s van de verkiezingsposters) met Bos in de hoofdrol, straatrallies, bijeenkomsten waarbij Bos convenanten sloot met maatschappelijke organisaties²⁷ en acties in het kader van Meer Rood op Straat²⁸. Gesprekken in de serie Wouter Ontmoet²⁹ draaiden om inhoudelijke uitwisseling op hoog niveau. Mede als gevolg van gebrekkige persvoorlichting – de bemensing schoot tekort in zowel kwalitatief als kwantitatief opzicht – was daarvan in de media echter weinig terug te vinden.

Meer in het algemeen bleek niet zozeer de kwaliteit van gelanceerde speeches en ideeën een probleem te zijn, als wel de kwantiteit. Afgesproken was dat medewerkers van het Kennisbureau elke dag met een plan met nieuws waarde zouden komen, om positieve media-aandacht te genereren. De afstemming tussen het Kennisbureau, andere campagne-units³⁰, inhoudelijk medewerkers van de fractie in Den Haag en de afdeling voorlichting was echter gebrekkig, wat tot wrevel leidde en het rendement van inspanningen ondermijnde. Eigenlijk heeft het presenteren van een veelheid aan plannen in de hete fase van de campagne sowieso weinig zin. Er is te veel concurrentie en het komt onbetrouwbaar over als een partij in campagnetijd met geld gaat smijten.

Op de eigen materialen die de PvdA voor deze campagne ontwikkelde is nogal wat kritiek geuit. Om te laten zien dat de partij een goede binding had met de culturele sector, werden voor het maken van de filmpjes voor de Zendtijd Politieke Partijen bekende regisseurs gevraagd, die de vrije hand kregen. Hun werk trok de aandacht, maar de campagneboodschap kwam onvoldoende uit de verf. Een gerenommeerde fotografe maakte de foto’s voor de verkiezingsposters. De serie met een pratende lijsttrekker omringd door toehoorders werd door veel afdelingen echter ‘te gelikt’ gevonden. Sommigen weigerden zelfs om ze op te hangen. Verder waren er animatiefilmpjes op internet, gemaakt door campagnemedewerkers en -stagiairs. Bij de joligste daarvan was de balans tussen vorm en inhoud zoek.³¹ Een ander probleem deed zich voor met de belangrijke tv-spot met Wouter Bos op de Amsterdamse veerpont. Tien dagen voor de verkiezingen was die in inhoudelijk opzicht achterhaald, maar de spot werd niet ingeruild voor iets wat bij de offensieve strategie van het slottraject paste.

Bij het formuleren van thema’s en het ontwerpen van campagnemateriaal leunde de Campagneleiding naar verhouding sterk op wat in focusgroepen naar voren werd gebracht. De afdeling onderzoek binnen het Campagneteam was ongelukkig ingericht: te weinig mensen (een vaste kracht en een adviseur)³² kregen veel verantwoordelijkheid toebedeeld in een onduidelijke taakverdeling.

Uiteraard werd ook met internet gewerkt. Al voor de campagne begon, hadden prominente PvdA’ers aan de weg getimmerd met hun weblogs. Onder hen was ook Wouter Bos, die van moderne communicatiemiddelen veel gebruik maakt en daar onder meer jongeren mee bereikt.³³ In 2006 werd zijn website (www.wouterbos.nl) compleet vernieuwd, zowel inhoud als vormgeving. Het contentbeheer werd tijdelijk overgenomen door de redactie van pvda.nl. Een camerateam dat Bos bij zijn bezoeken in het land volgde, produceerde een groot aantal filmpjes. Ook de 79 andere kandidaat-Kamerleden kregen de mogelijkheid om een eigen website te laten bouwen. Naast de bestaande www.pvda.nl ontwikkelde de Campagnestaf verschillende andere websites. Met www.ikstemsociaal.nl werd progressieve jongeren een platform geboden

voor discussies en uitwisseling van informatie over acties en bijeenkomsten. Speciaal voor de media werd www.checkdefeiten.nl ontwikkeld, met informatie over het kabinetsbeleid en de alternatieven van de PvdA. Uitspraken van concurrerende politieke partijen werden er weerlegd door het Rapid Response Team. In de laatste campagneweek werd www.watwilijijmetnederland.nl gelanceerd, waar bezoekers eigen plannen konden plaatsen. Negen bekende Nederlanders beten op verzoek het spits af. Voor de hier geschetste diversiteit in het website-aanbod was bewust gekozen, om de kans te vergroten dat internetgebruikers al surfend op een de PvdA-site zouden belanden. In de praktijk was het effect echter vooral verwarrend. Mensen die gericht naar informatie op zoek waren, liepen het risico te verdwalen in de wirwar aan websites.

Met de onder (zwevende) kiezers populaire Stemwijzer³⁴ is in deze campagne onvoldoende strategisch omgegaan. Onderzoek heeft uitgewezen dat dit internethulpmiddel reële effecten heeft op hoe kiezers partijen waarderen en op hun uiteindelijke stemgedrag.³⁵ Terwijl bij de PvdA het invullen van het vragenraster in eerste instantie werd overgelaten aan een junior-medewerker en het verkiezingsprogramma leidend was, zetten andere partijen vanaf het begin meer strategische expertise in en lieten ze zich nadrukkelijker inspireren door kiezersonderzoek. Sommige partijen zochten zelfs de randen van de waarheid op, door op bepaalde vragen populaire antwoorden te geven die niet helemaal strookten met het partijstandpunt, om vervolgens in de toelichting de nodige nuances te maken.³⁶ Zo ver moet de PvdA nooit willen gaan. Maar het is noodzakelijk om bij toekomstige campagnes extra deskundigheid in te schakelen voor het aanleveren van de materialen. Daarnaast is het zaak om veel te investeren in de contacten met de makers van de belangrijkste stemtesten, zodat de ruimte die er is om de themakeuze en vraagstelling in gunstige zin te beïnvloeden, optimaal wordt gebruikt.

2.4 De kandidatenlijst

In de zomer van 2006 stelde een commissie onder voorzitterschap van Jeltje van Nieuwenhoven een concept-lijst op met kandidaten voor de Tweede-Kamerverkiezingen. Via een advertentie waren geïnteresseerden opgeroepen om zich te melden. Het selecte gezelschap mensen dat kort daarvoor de PvdA Talentenacademie had afgerond, was uitgenodigd om te schrijven, maar kreeg geen aparte behandeling. Uit zeshonderd brieven selecteerde de commissie circa honderd gesprekskandidaten. Het was de bedoeling om degenen die de lijst uiteindelijk zouden halen twee of drie keer gesproken te hebben, maar vanwege tijdsdruk (mede als gevolg van de val van het kabinet) kwamen sommigen slechts één keer aan bod. Met nieuwelingen werden wel twee gesprekken georganiseerd. Commissieleden voerden de gesprekken in duo's of trio's. Bij functioneringsgesprekken met zittende Kamerleden was telkens één lid van de kandidaatstellingcommissie aanwezig.

Op basis van de oogst van de gesprekken werd een concept-lijst samengesteld. Tot de gehanteerde criteria behoorden vernieuwing van de fractie, gelijke aantallen mannen en vrouwen (er werden gescheiden lijsten gehanteerd), regionale dekking, spreiding naar leeftijd en professionele diversiteit. Het is onduidelijk in hoeverre 'inhoud' (in de zin van specifieke expertise en politieke overtuigingen inzake concrete dossiers) in de sollicitatiegesprekken aan bod kwam, daarover lopen de meningen van betrokkenen uiteen. Aan het slot van de procedure kon Wouter Bos de concept-lijst inzien en er zijn mening over geven, wat nog tot aanpassingen leidde.

Op 30 september werd de kandidatenlijst met een enkele wijziging goedgekeurd door het partijcongres.³⁷ Kort daarvoor was nog een verandering doorgevoerd: Erdinç Saçan, nummer 53, werd van de lijst geschrapt vanwege zijn vermeende actieve ontkenning van de Turkse genocide op Armeniërs, in 1915. Dat deze historische materie tot verwarrende stellingnames kan leiden, bleek wel uit de wisselende opstelling van de partijtop tussen eind september en begin november.³⁸ De nummer twee op de lijst, de Turks-Nederlandse Nebahat Albayrak, kwam door de kwestie onder grote druk te staan. Los van de vraag wie er gelijk had, staat vast dat in het contact met Saçan onzorgvuldig is geopereerd. Michiel van Hulst ging, met steun van Wouter Bos, over tot het schrappen van zijn naam, zonder dat een persoonlijk gesprek met Saçan had plaatsgevonden.³⁹ Het besluit zorgde voor commotie binnen de Turkse achterban. De relatie met de PvdA was eerder al onder druk komen te staan door een uit zijn verband gehaalde uitspraak van Wouter Bos, kort na de gemeenteraadsverkiezingen, over mogelijke 'ongelukken' met nieuwe, onervaren raadsleden, onder

wie allochtonen.⁴⁰ Door deze incidenten werd de indruk gevestigd dat de PvdA nieuwe Nederlanders op haar kandidatenlijsten verwelkomt om daar electoraal mee te scoren, maar hun de deur wijst als dat zo uitkomt.

Over de kandidatenlijst waarmee de PvdA uiteindelijk de verkiezingen in ging, zijn bezwaren geuit. Hoewel er goede mensen op stonden, bleek de lijst het haast cliché geworden beeld van een 'leegte rond Bos' niet te kunnen ontzenuwen. Daaraan was ook de afdeling persvoorlichting medeschuldig. Men slaagde er onvoldoende in om bij de media interesse te wekken voor andere kandidaten dan de lijsttrekker. De optien van de lijst had, al met al, te weinig electorale slagkracht. Een straatvechter die in de campagne rake klappen zou kunnen uitdelen, ontbrak. Hoewel er in Brabant en Limburg veel potentiële stemmen te winnen waren, stond er geen zuiderling bij de eerste tien.⁴¹

Veel discussie is er geweest over het principe van het 'ritsen' van mannen en vrouwen (vermelding om en om).⁴² Voorstanders betogen dat alleen langs deze weg voldoende vrouwen de lijst halen, doordat kandidaatstarringscommissies gedwongen worden om de vele goede kandidaten die er zijn op te sporen. Tegenstanders spreken van doorgeschoten regelzucht die de vrouwenzaak eerder schaadt dan dient, doordat de schijn van een voorkeursbehandeling wordt gewekt. Duidelijk is in elk geval dat een strenge ritsregel de puzzel voor de kandidaatstarringscommissie er niet eenvoudiger op maakt. Een evenwichtige representatie van de seksen is immers niet het enige criterium dat zij moet hanteren. Het einddoel hoort te zijn: een aansprekende lijst met veel politiek-inhoudelijk gewicht en electorale slagkracht.

2.5 Leider in last

De spil waar de PvdA-campagne om draaide was Wouter Bos. Na vier onder zijn leiding zeer succesvol verlopen verkiezingen (Tweede Kamer 2003, Provinciale Staten 2003, Europees Parlement 2004, Gemeenteraden 2006) was zijn positie als boegbeeld onbetwist.⁴³ In het voorjaar werd alom gesproken van het 'Bos-effect'. Drie dagen voor de gemeenteraadsverkiezingen bracht *de Volkskrant* een artikel onder de kop 'Wij willen Wouter', gebaseerd op onderzoek van TNS NIPO en de UvA. Ook in andere landelijke peilingen torende de PvdA ver boven de concurrentie uit. Rond diezelfde tijd bleek uit eigen focusgroeponderzoek van de partij echter dat er kleine scheurtjes in Bos' imago zaten. Tegen de achtergrond van de stevige positie van de partij in de peilingen wist de Campagneleiding daar geen goed antwoord op te formuleren.⁴⁴ In september, dus nog voordat de verkiezingscampagnes van partijen op stoom raakten, wees kiezersonderzoek uit dat Jan Marijnissen van alle lijsttrekkers op het punt van 'vertrouwen' het hoogst scoorde.⁴⁵ Bos stond tweede, Balkenende vijfde. Tegen november zou het vertrouwen in Bos aanzienlijk zijn gedaald.⁴⁶

Vanaf het moment dat de Bos in december 2005 op het congres in Utrecht bekend had gemaakt premier te willen worden en vooral na de grote winst van de PvdA bij de gemeenteraadsverkiezingen, werden in de media al zijn daden en woorden beoordeeld als die van een potentiële premier. Hoewel de Campagneleiding die omslag had voorzien, werd zij enigszins overvallen door de impact ervan. Bos' zeepkisttournee oogstte succes op locatie, maar voor velen die er niet bij waren botste het beeld van een man in spijkerbroek op een willekeurige straathoek met het imago van aanstaand premier. Ernstiger was dat mede als gevolg van fouten in de PvdA-campagne het CDA erin slaagde om het beeld van Bos als draaikont te vestigen. Het antwoord van de PvdA schoot tekort. Anders dan bij het CDA, dat een harde campagne voerde, stond er geen 'attack dog' hoog op de kandidatenlijst. Frans Timmermans, de nummer 11, kwam in die rol onvoldoende uit de verf. Bos vond het ongepast om andere kandidaten op een agressieve manier te laten opereren in de campagne. De paar keer dat er iemand een initiatief in die richting nam, werd die teruggedrukt.⁴⁷

Geplaatst voor concrete vraagstukken raadpleegde Bos, die zich in zijn publieke uitlatingen altijd wars van kliekjes heeft getoond, zijn uitgebreide deskundigen netwerk met onder meer lokale politici en wetenschappers, vaak via e-mail of sms. Het destilleren van een stootvast verhaal uit de veelheid aan opinies en goede raad bleek problematisch. Daarbij speelde een rol dat de tegenspraak die Bos soms kreeg binnen de Campagneleiding onvoldoende tot hem doordrong. De Stuurgroep leverde sowieso geen tegengas van betekenis en in klankbordgroepen ging zelden iets nieuws over tafel. Een bijzondere plaats ruimde Bos in

voor een zelfgekozen groep adviseurs, die eens in de twee maanden bijeenkwam onder de naam Mercurius.⁴⁸ Het gezelschap was informeel en onbekend bij anderen in de partij, inclusief de Tweede-Kamerfractie en (aanvankelijk) de partijvoorzitter.

De overvolle campagne-agenda van de lijsttrekker liet weinig ruimte voor ontspanning. Een aantal keren kwam hij op ongelukkige wijze in het nieuws. Sommige fouten maakte hij zelf, andere vloeiden voort uit de rammelende campagne. Veel van wat mis ging raakte uitvergroot door de medialogica. De ondersteuning van Bos door de afdeling voorlichting was niet toereikend. Op zijn tochten door het land werd hij niet voortdurend vergezeld door een ervaren kracht die hem met gezag voor onheil zou kunnen behoeden. De nummer twee op de lijst kreeg pas een eigen voorlichter toegewezen toen ze als gevolg van de Armeense kwestie in zwaar weer was beland.

2.6 De PvdA in het nieuws

De vrije val die de PvdA maakte tussen 7 maart en 22 november is deels te verklaren uit mediamissers van de partij zelf. Het pijnlijkst was de AOW-kwestie.⁴⁹ Het probleem school niet zozeer in het principe van fiscalisering zelf, als wel in onhandige communicatie over het voorstel en onderschatting van de electorale gevoeligheid ervan. Bij de voorbereiding van de Netspar-lezing eind april, waarin Wouter Bos het onderwerp aanstipte, was nog moeilijk te voorzien dat juist dit thema door de media zou worden opgepikt. Een column van Marcel van Dam in *de Volkskrant* zorgde echter voor grote beroering. De PvdA reageerde met geïmproviseerde financiële varianten die de verwarring groter maakten. Concurrenten konden vrij schieten, reppend van 'de bejaardenbelasting van Bos'. Het AOW-plan hield de PvdA maandenlang in een wurggreep en bracht veel kiezers aan het twijfelen over de zekerheden die de partij te bieden had.⁵⁰ Bos en zijn voorlichters slaagden er niet in om dat beeld te ontcrachten.

Terwijl de economie op volle toeren draaide, kon het kabinet op Prinsjesdag pronken met een imposante begroting. Bij de Algemene Politieke Beschouwingen slaagde de PvdA er nog in om met eigen thema's het nieuws te halen (sociale zekerheid, gezondheidszorg, de huren).⁵¹ Daarna belandde de partij echter zozeer in de verdediging, dat ze aan die eigen thema's nauwelijks meer toekwam. De afdeling voorlichting had de handen vol aan allerlei affaires zoals rondom de Armeense kwestie, de CPB-doorrekening, de mogelijk negatieve effecten van PvdA-plannen op de middeninkomens en het 'u draait en u bent oneerlijk' uit het eerste lijsttrekkersdebat op Radio 1 (d.d. 28 oktober 2006). Binnen de Campagneleiding bestond verdeeldheid over de vraag hoe Bos moest reageren op deze onverwachte, rechtstreekse aanval door de premier. Gekozen werd voor een oproep aan het adres van zijn tegenstander, twee dagen later, om de strijd netjes te houden, wat door commentatoren als een zwakke zet werd geïnterpreteerd.

De tweestrijd tussen Balkenende en Bos bij het eerste grote televisiedebat op RTL 4, op 3 november 2006, was wel een succes voor de PvdA: Bos deed het uitstekend en werd door de kijkers tot winnaar uitgeroepen.⁵² Een omslag in de peilingen bracht die waardering echter niet teweeg. Dat kan onder meer te maken hebben gehad met een kop in *De Telegraaf* van de dag erop over 'de X-factor van Balkenende', refererend aan een opmerking die in de nabeschouwing op het debat was gemaakt. Vervolgens bleek op maandagochtend dat in de nieuwste NIPO-peiling het effect van het debat nog niet geheel was verdisconteerd, waardoor de PvdA de wind niet in de zeilen kreeg.

Die week zou de boeken in gaan als de rampweek. Commotie was er over een persconferentie met Turkse media waarbij de Armeense kwestie werd opgerakeld, over publiekelijk door de lijsttrekker uitgesproken coalitievoorkeuren en over een optreden van Margreeth de Boer en Joop van den Berg in Buitenhof waarin zij kritiek uitten op de in hun ogen te slappe houding van de PvdA jegens het CDA van Balkenende.⁵³ Datzelfde weekend verscheen in *De Telegraaf* een interview met Wouter Bos onder de kop 'CDA en VVD proberen mij kapot te maken'. Een dergelijke uitspraak had hij wel gedaan, maar op een toon en met een handgebaar die duidelijk maakten dat zijn woorden schertsend bedoeld waren. Zwart op wit bleef er van die relativering niets over.

2.7 Strategische keuzes

In het voorjaar van 2006, toen de PvdA hoog stond in de peilingen, droomden velen van een linkse meerderheid. Sommigen vonden dat de partij een voorkeur moest uitspreken voor een coalitie over links. Veel deskundigen echter – onder wie de eigen onderzoekers van de partij en politicologen van buiten die om advies gevraagd werden – trokken op basis van hun onderzoeken de conclusie dat zo'n linkse coalitie binnen de Nederlandse verhoudingen geen realistische mogelijkheid was. Michiel van Hulten, die in de strijd om het partijvoorzitterschap campagne had gevoerd rond het idee van linkse samenwerking, bleef geporteerd van die gedachte, maar liet zich er publiekelijk niet meer over uit. Over het uitspreken van coalitievoorkeuren was in de Campagneleiding een heldere afspraak gemaakt: daartoe zou de PvdA zich niet laten verleiden.

In het algemeen is het inderdaad verstandig om eerst de kiezer te laten spreken. Om die strategie te laten slagen moet wel aan twee voorwaarden worden voldaan. Ten eerste, dat een eenmaal ingezette lijn wordt vastgehouden door alle betrokkenen. Ten tweede, dat verschillen tussen partijen – in programma, partijorganisatie of traditie – helder worden gemaakt. Alleen dan is de kiezer werkelijk tot kiezen in staat. Aan beide voorwaarden werd in deze campagne niet voldaan. Twee weken voor de verkiezingen haalde Wouter Bos enkele keren het nieuws met uitspraken over gewenste coalities. Het veelbesproken filmpje op zijn eigen website was niet serieus bedoeld, maar kreeg in de media veel aandacht. Het kopje koffie dat hij dronk met Femke Halsema en Jan Marijnissen op 20 november kon ook als een hint worden opgevat.

Binnen de Campagneleiding leefde de vrees dat een genegenheidsverklaring aan het adres van GroenLinks en de SP kiezers uit het midden zou afschrikken en mensen die twijfelden tussen SP en PvdA een extra reden zou geven om voor de SP te kiezen.⁵⁴ Een gevolg was dat veel kiezers de indruk kregen dat de PvdA een voorkeur voor het CDA van Balkenende koesterde. De verschillen met die partij werden in de campagne daarom benadrukt, maar ook weer niet zo sterk dat het toekomstige samenwerken in de weg zou kunnen staan.⁵⁵

De verschillen met de SP – die met name liggen op het vlak van interne partijdemocratie, Europa, de toekomst van de verzorgingsstaat en integratie van minderheden – kregen in de campagne relatief weinig aandacht. Toen de SP bleef stijgen in de peilingen is wel overwogen om de koers te verleggen, maar daarvan werd afgezien omdat een dergelijke wending geïnterpreteerd zou kunnen worden als campagne-opportunisme. De Campagneleiding hield vast aan de verwachting die ook vrijwel alle externe waarnemers hadden, namelijk dat uiteindelijk een groot deel van de linkse twijfelaars toch strategisch op Bos, want tegen Balkenende, zou stemmen.

Die verwachting werd gelogenstraft. Twee van de drie strategische doelen die de Campagneleiding zich had gesteld, als grootste partij over de streep komen en voorkomen van weglek naar links, werden op 22 november niet gehaald. Een ander hoofddoel, het onmogelijk maken van een centrum-rechtse coalitie, werd wel bereikt – maar niet dankzij de PvdA.

2.8 Omgevingsfactoren

Voor zover de PvdA een kans had om te winnen bij deze verkiezingen, heeft ze die eigenhandig verspeeld met een campagne die beneden peil was – zoveel is duidelijk. Maar: hoe groot was die kans nu werkelijk? Had een PvdA met een effectievere interne organisatie, de juiste mensen op de juiste plekken en een goed geoliede campagnemachine op 22 november wel de premier kunnen leveren?

Niets is zeker, maar een combinatie van contextfactoren lijkt in de richting van een 'nee' te wijzen. Opvallend zijn, om te beginnen, de overeenkomsten tussen de drie grote partijen die verloren bij deze verkiezingen. PvdA, VVD en CDA laten zich alle drie omschrijven als compromisgerichte middenpartijen met een flinke bestuurlijke *track record*. Zij verloren ieder aan hun eigen 'flankpartij': de SP, de Partij voor de Vrijheid en de ChristenUnie – stuk voor stuk uitgesproken clubs met een heel eigen profiel.⁵⁶

Een tweede scheidslijn tekent zich af tussen de partijen die in 2005 campagne voerden voor de nieuwe Europese Grondwet – CDA, VVD, D66, PvdA, GroenLinks – en hun tegenstanders, waartoe indertijd onder meer de ChristenUnie, de SP en de Groep Wilders gerekend konden worden.

Klassieke partners van de PvdA verkeren in zwaar weer. Dat geldt in eigen land – voor de traditionele vakbonden bijvoorbeeld – maar ook in internationale context. Sociaal-democratische zusterpartijen in landen als Zweden, Frankrijk, Duitsland en Groot-Brittannië kunnen zich niet in de gunst van de kiezer verheugen.

Tel daarbij op het herstel van de Nederlandse economie vanaf maart 2006, dat voor de regeringspartijen geen dag te vroeg kwam en dat de stemming in het land ingrijpend veranderde.⁵⁷ Plus de koersverandering die zich rond dezelfde tijd aftekende bij het CDA, dat zware hervormingsretoriek inruilde voor een veel milder en socialer profiel. Plus de premiersbonus die die partij te incasseren had.⁵⁸ Plus natuurlijk de gestage opkomst van de SP, die steeds verder in de richting van het sociaal-democratische midden opschoof en in haar standpuntbepaling een zeker electoraal opportunisme tentoonspreidde.⁵⁹

Deze verzameling omgevingsfactoren heeft de PvdA in 2006 in een lastig parket gebracht. Dat doet echter niets af aan het feit dat de partij een slechte campagne heeft gevoerd en dat zij op het vlak van inhoudelijke vernieuwing en interne organisatie haar zaken niet op orde had. Bovendien zijn er ook factoren aan te wijzen die een goed verkiezingsresultaat van de PvdA juist wel aannemelijk maakten. De weerzin tegen de kabinetten-Balkenende die de sociaal-democraten in het voorjaar in de kaart had gespeeld, was immers niet helemaal verdampt. Ook in november was de 'linkse stem' nog zeer aanzienlijk. Alleen was het dit keer vooral de SP die daarvan profiteerde.

III. DE PARTIJ

De Partij van de Arbeid is een moderne sociaal-democratische volkspartij en dat moet zij blijven. Het probleem van de partij is niet haar bonte achterban van mensen met uiteenlopende posities, oriëntaties en vooruitzichten. Sterker nog, die variëteit vormt de essentie en de kracht van een brede volkspartij. Wat pijnlijk is, is het feit dat de PvdA er op dit moment te weinig in slaagt om die diversiteit te bewaren en te verzilveren, om bruggen te slaan tussen onder meer sociaal-liberalen en klassieke socialisten, om in haar politieke programma een juiste balans te vinden tussen geborgenheid en vernieuwing.

3.1 Clubgevoel

In 2002 schreef de commissie-Andersson terecht dat ‘politicologen die menen dat de moderne politieke partij het zonder leden moet kunnen stellen’ het niet bij het juiste eind hebben.⁶⁰ De PvdA is en blijft een politieke vereniging. Aan het saamhorigheidsgevoel van de leden van die vereniging valt echter veel te verbeteren. Velen voelen zich te weinig gehoord, zoals blijkt uit brieven, e-mails en webbijdragen van (voormalige) partijleden in reactie op de uitslagen van de afgelopen verkiezingen voor de Tweede Kamer en de Provinciale Staten.⁶¹ In een deel van het land wordt de oriëntatie van de partij als ‘randstedelijk’ ervaren. Meer in het algemeen klinkt de kritiek dat de politieke koers van de partij te sterk door Den Haag (de Tweede-Kamerfractie) en Amsterdam (het partijbureau) wordt bepaald en te weinig door de leden. Daarbij spelen verschillende factoren een rol, waaronder de lange, getrapte route van afdeling via gewest naar landelijk congres, de tandenloosheid van het Politiek Forum en het sterke persoonlijke mandaat van een via ledenraadpleging verkozen lijsttrekker.

Over de richting van de politieke koers lopen de meningen uiteen. Sommigen constateren dat de PvdA is losgeraakt van haar sociaal-democratische wortels, wat zou hebben geresulteerd in een flets of zelfs ‘rechts’ gezicht. Tegelijkertijd blijkt uit onderzoek van politicologen dat in de ogen van kiezers de PvdA onder Bos juist naar links is opgeschoven.⁶² Er zijn er ook die niet zozeer ontevreden zijn over de richting waarin de partij zich heeft bewogen, als wel over de manier waarop die verschuivingen in beleidsstandpunten tot stand zijn gekomen. De PvdA zou meer gericht zijn op het sluiten van compromissen met andere partijen dan op het uitdragen van haar eigen geluid. Intern zouden debatten feller moeten worden gevoerd dan nu het geval is.

In 1946 werd de PvdA opgericht als een sociaal-democratische volkspartij die een brug sloeg tussen enerzijds de intellectuele voorhoede en kansrijke middengroepen en anderzijds kansarmere groepen van arbeiders en lageropgeleiden. Die belangrijke schakelfunctie is onder druk komen te staan, al bewijst met name Friesland het actuele bestaansrecht van de brede volkspartij PvdA.⁶³ Elders is de partij de aansluiting met de minder geprivilegieerden ten dele verloren: de traditionele achterban die zich altijd door de PvdA gesteund heeft geweten, voelt zich er nu minder door aangesproken. De concurrentie van andere partijen, met name de SP, neemt toe. Ook de band van de PvdA met de creatieve elite van intellectuelen en kunstenaars, die van oudsher het kosmopolitische en internationalistische denken binnen de partij representeren, is minder innig dan voorheen. De beroepsgroep die op dit moment – althans, volgens het heersende beeld⁶⁴ – het sterkst een stempel drukt op de in hoge mate verambtelijkte partij is die van de bestuurders uit (semi-)publieke sectoren als het onderwijs, de woningbouwcorporaties en de zorg. Natuurlijk zijn hun inbreng en betrokkenheid uiterst waardevol. Maar dat betekent niet dat de PvdA van haar ‘oude’ leden en kiezers zomaar afscheid moet nemen.

Het is nodig om het clubgevoel te revitaliseren, het potentieel van slapende leden aan te boren, ex-leden te inspireren terug te keren en nieuwe leden te winnen. Mensen met uiteenlopende visies en (professionele, culturele, geografische) achtergronden moeten elkaar binnen de PvdA kunnen ontmoeten. Op dit vlak is bij uitstek een rol weggelegd voor de partijvoorzitter, die immers vóór alles dienstbaar is aan de leden.

In dit proces moet de PvdA drie van haar grootste kwaliteiten versterken en gebruiken. De eerste is, nog altijd, het verbinden van het kansrijke midden met kansarme groepen. De sociale pluriformiteit die de partij al sinds haar oprichting definieert mag dan onder druk staan, uitgewerkt is ze niet. Een tweede kwaliteit van de PvdA ligt in haar lokale, bestuurlijke kracht. Vrijwel overal is de partij met raadsleden, wethouders en burgemeesters sterk vertegenwoordigd. Aan hen de opdracht om binnen hun eigen gemeente of deelgemeente/stadsdeel samen met actieve leden te werken aan een levendige en open vereniging. Een derde kernkwaliteit van de PvdA is de etnische diversiteit van haar achterban en politieke voorhoede.⁶⁵ Die variatie sluit niet alleen aan bij haar sociaal-democratische idealen, maar is ook van grote praktisch-politieke waarde ('weten wat er leeft').⁶⁶

3.2 Scouting en opleiding

Het opsporen, opleiden en coachen van politiek talent is een van de belangrijkste functies van politieke partijen. Om mensen met grote kwaliteiten voor de politiek te winnen, moet de status van het vak op peil zijn: alleen als de politiek ertoe doet in de ogen van burgers, zal zij de slimsten en vaardigsten onder hen weten te verleiden tot het leveren van een bijdrage. De veelbesproken 'verplaatsing van de politiek', weg van bestuurlijke en parlementaire circuits, maakt de concurrentieslag die de politiek moet leveren er des te groter op. De complexe situatie doet zich voor dat alleen politici van groot kaliber het politieke bedrijf weer van zulk belang kunnen maken dat andere talenten ertoe worden verleid om ook een politieke functie te overwegen.⁶⁷

De vijver waaruit de PvdA kan vissen is groot. In allerlei maatschappelijke sectoren werken mensen die de sociaal-democratie een warm hart toedragen en die de partij met hun expertise van dienst zouden willen zijn. Op lokaal en provinciaal niveau zijn veel volksvertegenwoordigers en bestuurders actief die genoeg in hun mars hebben om hoger te klimmen op de politieke ladder. Om dit potentieel te benutten, moet de partij aan scouting en opleiding de hoogste prioriteit toekennen.

Over rekrutering wordt binnen de PvdA echter veelal op een al te bureaucratische manier nagedacht, in termen van commissies en databanken.⁶⁸ Door zo'n afwachtende houding gaat veel potentieel verloren. Open procedures voor de selectie van volksvertegenwoordigers – er wordt geadverteerd en iedereen die dat wil kan reageren met een sollicitatiebrief – doen sympathiek aan. Maar een politieke functie is niet zomaar een baan. Om de beste mensen voor zich te winnen moet de PvdA overgaan tot een systematiek van permanente scouting en selectie van volksvertegenwoordigers en bestuurders. Het actief opsporen van politiek talent en denkkracht zou een tweede natuur moeten zijn voor iedereen die bij de partij betrokken is. Overigens kan scouting ook andere doelen hebben dan het invullen van vacatures: op vele manieren kunnen mensen iets betekenen voor de partij.

Om leden zich te laten ontwikkelen in een richting die ook de partij tot voordeel strekt, is de beschikbaarheid van scholing op maat een absolute vereiste. Het huidige aanbod van interne opleidingen is te beperkt en te vrijblijvend. Zittende raadsleden, statenleden, wethouders en gedeputeerden kunnen een keuze maken uit de cursussen die het Centrum voor Lokaal Bestuur verzorgt. Het zou verstandig zijn om vormen van scholing, coaching en intervisie verplicht te stellen, ook voor Tweede-Kamerleden. Voor gewone leden die zich willen verdiepen in de geschiedenis en organisatie van de PvdA is er de laagdrempelige Rosa-leergang. Die cursus kan ook een opstap zijn naar bijvoorbeeld het raadslidmaatschap. Voor leden van het kaliber 'potentieel Tweede-Kamerlid' is in 2006 geëxperimenteerd met een Talentenacademie, waar een zware selectie aan voorafging. De cursus was een succes, maar de investering betaalde zich niet uit, doordat er in organisatorische zin geen aansluiting was tussen de academie en de kandidatenselectie voor de Tweede Kamer. Het had voor de hand gelegen om alle afgestudeerden voor een gesprek met de kandidaatstarringscommissie uit te nodigen.

Tussen de Rosa-leergang en Talentenacademie gaapt een gat. Voor partijleden met veel maatschappelijke of professionele ervaring maar zonder directe politieke ambities, is geen inhoudelijk programma beschikbaar. Dat is een probleem dat aandacht verdient. Er zouden opleidingen moeten worden aangeboden op ten minste drie niveaus: voor nieuwkomers, voor leden met politieke en/of maatschappelijke ervaring en voor toptalenten. Iedereen die actief is of wil worden binnen de partij moet kennis hebben van haar rijke

geschiedenis, politieke programma en interne organisatie. Die kaders zijn wat onze partij bijeenhoudt, de taal die wij spreken.

3.3 Een partij met zelfvertrouwen

Na afloop van de formatieonderhandelingen die volgden op de verkiezingsnederlaag benadrukte Wouter Bos dat een aanzienlijk deel van de PvdA-agenda een plaats had gekregen in het coalitieakkoord met CDA en ChristenUnie. Daarmee bood hij tegenwicht aan kritiek dat de partij te veel zou hebben ingeleverd.⁶⁹ In het kabinet is de PvdA vertegenwoordigd met markante bewindslieden die hun sporen hebben verdiend in de politiek of daarbuiten. Ook op provinciaal en lokaal niveau dragen PvdA'ers bestuurlijke verantwoordelijkheid: in maar liefst 407 van de 443 gemeenten⁷⁰ en in elf van de twaalf provincies.⁷¹

Aan bestuurlijk zelfvertrouwen ontbreekt het niet binnen de partij, maar het inhoudelijke zelfvertrouwen is niet krachtig genoeg. De richtingendiscussie die de afgelopen jaren een tamelijk impliciete rol heeft gespeeld moet nu in alle scherpte worden gevoerd, maar zónder de ambitie om aan het eind een winnaar uit te roepen. Immers, die diversiteit aan perspectieven zit ingebakken in de grondslagen van de PvdA: dat is wat haar definieert als sociaal-democratische volkspartij.⁷²

De strijd kan zich afspelen tussen een linker- en een rechtervleugel, maar ook bijvoorbeeld tussen representanten van de bestuurlijke, intellectuele en populistische tradities die de partij altijd heeft gekend. Duidelijk is dat het zal gaan om vragen als: hoe links is 'centrum-links'? Waar liggen de grenzen van de markt? Hoe verhouden gemeenschap en individu zich tot elkaar? Gaat vrijheid voor gelijkheid? Welke invulling krijgt het begrip solidariteit in de 21e eeuw? En, op een meer strategisch niveau: hoe moet de PvdA zich verhouden tot haar concurrenten op rechts en op links, in het bijzonder de SP?

Aan de orde is meer dan het leggen van een ideologisch fundament. Het gaat om het (her-)formuleren van de PvdA-visie op de belangrijkste kwesties waar de Nederlandse politiek zich nu en in de toekomst voor gesteld ziet. Als leidraad bij het identificeren daarvan kan het kwartet thema's dienen waarmee de partij geassocieerd wordt en ook wil worden: *sterk* (economie, arbeid en ondernemerschap), *sociaal* (verzorgingsstaat en publieke sector, integratie, grote steden, gelijke kansen), *groen* (klimaat, energie, ruimtelijke ordening) en *internationaal* (Europa, transatlantische en Zuid/Noord-verhoudingen). Voordat de volgende verkiezingsstrijd zich aandient, moet op al deze terreinen intensief en partijbreed zijn gedebatteerd. Die discussie moet uitmonden in een krachtige koers: een verzameling politieke keuzes die richtinggevend is voor beleid en die een houdbaarheid heeft die per definitie beperkter is dan die van beginselen. Deze koers moet binnen de partij op draagvlak kunnen rekenen. Bij wijze van slotakkoord spreekt het partijcongres zich uit over de tekst.

Van drie kwesties is nu al duidelijk dat ze de hoogste prioriteit verdienen. Ten eerste, herstel van het vertrouwen in de (semi-)publieke sector. Dat begint bij het verbeteren van de relatie van de PvdA met de mensen die in die sector werken, als leidinggevende of als 'frontlijnwerker': jeugdhulpverleners, leraren, artsen, politieagenten. Op papier is dit al langer de partijlijn, maar in de praktijk schort het aan een inspirerend perspectief en een praktische vertaling daarvan. In het kabinetsbeleid moet een betere kwaliteit van de dienstverlening centraal staan, inperking van de afrekencultuur en herstel van een publiek ethos. Werknemers mogen van hervormingsmaatregelen niet de dupe worden. Daarom moeten uitvoeringsvraagstukken in het beleid een prominente plaats krijgen.

Ten tweede, de toekomst van de Nederlandse economie. Die moet het hebben van innovatie, ondernemerschap en benutting van menselijk kapitaal. Ontwikkelingen op wereldschaal kegelen vaste posities van bedrijven, werknemers en nationale economieën omver. Een adequate rechtsorde van de arbeid en ordening van de economie zijn daarom van wezenlijk belang. Samenwerking in Europese context is dat ook. Laaggeschoolde arbeid zal voorlopig kwetsbaar blijven, evenals het werk in bepaalde sectoren van de economie. Hardnekkige achterstanden en gebrekkige mobiliteit kunnen leiden tot overgeërfde armoede en gebrek aan perspectief. Daar ligt een topprioriteit voor de PvdA – en voor een praktisch beleid dat werkt.

Ten derde, de nieuwe sociale kwestie, die draait om tegenstellingen tussen oude en nieuwe Nederlanders, 'wij' autochtonen en 'zij' allochtonen. Het besef van een dreigende tweedeling in de samenleving, waarbij armoede in hoge mate een kleur heeft, heeft Wouter Bos ertoe aangezet om te pleiten voor bindend

leiderschap en voor geïnspireerd beleid dat de solidariteit overeind houdt in een samenleving die steeds diverser wordt. Dat is van de vele uitdagingen waar de Nederlandse politiek zich in dit tijdsgewricht voor gesteld ziet, misschien wel de allerbelangrijkste.

3.4 Slot

Met deze globale schets van drie cruciale beleidsterreinen zijn we teruggekeerd in het domein van de 'onderstromen', dat in de inleiding tot dit rapport figureerde als een van de richtingen waarin een verklaring voor de verkiezingsnederlaag van november kan worden gezocht. Zal een dergelijke tegenslag een volgende keer te voorkomen zijn? Externe factoren laten zich per definitie niet beïnvloeden, maar er is veel dat de partij in eigen hand heeft.

Voor electoraal herstel van de PvdA is succesvol kabinetsbeleid een goede stimulans – althans, mits het sociaal-democratisch profiel krachtig is en de koers van de partij in parlement en kabinet herkenbaar. Wouter Bos, die de complexe dubbelrol van politiek leider en vice-premier bekleedt, draagt op dit punt een bijzonder zware verantwoordelijkheid. Vast staat dat als de PvdA de volgende verkiezingen wil winnen, er een veel betere campagne gevoerd zal moeten voeren dan in 2006. En dat kan alleen als zij zichzelf opnieuw uitvindt.

Hoewel krantenkoppen soms anders doen vermoeden, valt de malaise in de PvdA niet simpelweg te herleiden tot een leiderschapscrisis. In dit rapport heeft de commissie-Vreeman opdrachten gegeven voor onder meer verbetering van de interne partijorganisatie en de campagnestructuur, voor een politiek-ideologische herprofilering en voor een moderne aanpak van rekrutering en opleiding. Uiteindelijk maken de mensen in de partij het verschil. Collegialiteit en talent voor samenwerken zijn op elk niveau in de organisatie belangrijke kwaliteiten, maar tegendraads denken en een zekere eigenzinnigheid zijn dat ook.

In de ruim zestig jaar van haar bestaan heeft de PvdA op de momenten dat het erom spande altijd weer de veerkracht getoond die nodig was om een rol van betekenis te blijven spelen in de progressieve politiek. Wij zijn het aan onszelf, onze kiezers en onze traditie verplicht om die veerkracht nu opnieuw te tonen en het werk dat ons te doen staat, met hartstocht op te pakken.

BIJLAGEN

BIJLAGE I

Uitslagen Tweede-Kamerverkiezingen in percentages (%)

	1989	1994	1998	2002	2003	2006
CDA	35.3	22.2	18.4	27.9	28.6	26.5
PvdA	31.9	24.0	29.0	15.1	27.3	21.2
VVD	14.6	19.9	24.7	15.4	17.9	14.7
SP	0.4	1.3	3.5	5.9	6.3	16.6
GroenLinks	4.1	3.5	7.3	7.0	5.1	4.6
D66	7.9	15.5	9.0	5.1	4.1	2.0
SGP	1.9	1.7	1.8	1.7	1.6	1.6
ChristenUnie	[2,3]	[3,1]	[3,3]	2.5	2.1	4.0
GPV	1.3	1.3	1.3			
RPF	1	1.8	2.0			
LPF/Fortuyn				17.0	5.7	0.2
Leefbaar Nederland				1.6	0.4	
Partij voor de Vrijheid						5.9
EénNL						0.7
CD	0.9	2.4	0.6			
AOV/Unie 55+		[4,4]	0.5			
AOV		3.6				
Unie 55+		0.8				
Partij voor de Dieren					0.5	1.8

Korte toelichting op de tabellen:

De verkiezingen voor de Provinciale Staten op 7 maart 2007 waren de slechtste voor de PvdA sinds 2002. Alleen in het Noorden houdt de partij nog redelijk stand. In de andere provincies, ook in het Westen, is een duidelijke erosie van electorale kracht zichtbaar. De periode 2003-2006 is op te vatten als een korte positieve knik in een structureel dalende trend sinds de jaren tachtig.

PvdA verkiezingsuitslagen per provincie, in percentages (%)

	TK 2002	PS2003	TK 2003	GR 2006	TK 2006	PS 2007
Drenthe	23,8	36,5	37,8	33,1	30,7	27,2
Flevoland	13,7	22,8	25,6	19,2	20,8	17,0
Fryslan	19,7	26,2	33,5	30,5	27,5	25,6
Gelderland	15,2	22,9	26,6	20,2	20,3	17,1
Groningen	23,9	33,8	39,6	33,3	31,0	26,2
Limburg	12,4	21,7	26,6	17,9	20,3	15,9
Noord-Brabant	11,8	20,2	23,6	16,8	17,8	14,1
Noord-Holland	16,6	26,7	29,0	27,7	22,2	19,3
Overijssel	15,7	23,1	27,3	23,0	21,1	17,9
Utrecht	13,2	21,1	23,5	19,8	18,7	15,8
Zeeland	13,2	20,3	23,8	22,3	18,2	14,2
Zuid-Holland	14,3	23,5	25,9	25,6	20,5	17,1
Totaal	15,1	24,1	27,3	23,5	21,2	17,9

SP verkiezingsuitslagen per provincie, in percentages (%)

	TK 2002	PS2003	TK 2003	GR 2006	TK 2006	PS 2007
Drenthe	5,0	-	5,1	2,87	15,9	12,3
Flevoland	4,8	4,6	5,4	7,30	15,1	14,0
Fryslan	5,6	4,8	6,1	2,86	17,1	9,8
Gelderland	5,4	5,6	5,8	4,14	16,1	13,8
Groningen	6,9	6,0	7,3	6,60	19,2	15,9
Limburg	5,8	5,8	7,2	6,30	20,6	18,6
Noord-Brabant	7,1	7,9	8,5	7,17	20,4	21,0
Noord-Holland	7,3	6,7	7,0	7,92	16,8	15,7
Overijssel	4,7	4,3	4,9	4,58	14,8	11,8
Utrecht	6,0	5,6	5,9	5,70	13,2	11,7
Zeeland	4,5	3,8	5,0	2,68	15,5	12,5
Zuid-Holland	5,0	5,1	5,3	4,97	14,3	13,5
Totaal	5,9	5,6	6,3	5,9	16,6	14,8

CDA verkiezingsuitslagen per provincie, in percentages (%)

	TK 2002	PS2003	TK 2003	GR 2006	TK 2006	PS 2007
Drenthe	26,0	23,9	24,8	16,1	22,5	21,2
Flevoland	23,6	20,8	24,7	13,9	23,8	19,0
Fryslan	33,2	27,4	32,1	21,7	28,1	25,8
Gelderland	30,7	31,1	31,7	17,7	29,3	26,9
Groningen	22,2	20,9	20,6	14,2	18,3	19,4
Limburg	36,7	42,6	37,5	22,3	28,6	35,4
Noord-Brabant	32,5	36,8	33,9	18,9	31,8	31,3
Noord-Holland	20,6	19,0	21,1	12,1	21,0	17,7
Overijssel	36,9	37,4	36,6	25,2	33,0	34,1
Utrecht	25,9	24,0	27,3	15,3	26,8	22,4
Zeeland	29,6	27,4	32,0	18,1	28,0	24,7
Zuid-Holland	24,0	23,1	24,9	14,1	24,1	21,5
Totaal	27,9	28,0	28,6	16,8	26,5	25,0

VVD verkiezingsuitslagen per provincie, in percentages (%)

	TK 2002	PS2003	TK 2003	GR 2006	TK 2006	PS 2007
Drenthe	16,1	18,0	16,8	14,5	14,3	16,8
Flevoland	17,2	22,7	21,3	15,1	16,8	22,8
Fryslan	12,3	10,9	12,6	10,8	10,6	10,8
Gelderland	14,8	17,0	16,5	13,1	13,5	16,6
Groningen	12,8	8,4	13,0	12,1	10,9	11,7
Limburg	12,3	14,5	14,1	10,6	10,8	14,5
Noord-Brabant	15,9	19,0	18,3	12,3	14,5	18,9
Noord-Holland	18,2	23,0	21,5	17,9	18,2	22,7
Overijssel	12,1	13,7	13,5	9,8	11,1	13,6
Utrecht	17,4	20,7	20,4	15,3	16,7	20,1
Zeeland	14,0	14,5	15,7	12,3	13,0	14,5
Zuid-Holland	15,8	21,3	19,8	14,4	16,2	20,3
Totaal	15,4	18,5	17,9	13,7	14,6	18,9

Tabellen gemaakt door André Krouwel, op basis van data afkomstig van www.verkiezingsuitslagen.nl en www.parties-and-elections.de/netherlands2.html

BIJLAGE II

Opdracht aan de commissie-Vreeman zoals vastgesteld door het partijbestuur van de PvdA (december 2006):

Samenstelling

Ruud Vreeman (burgemeester van Tilburg, voorzitter)
Mirjam Salet (burgemeester van Hoogezand-Sappemeer, vice-voorzitter)
Mare Faber (stafmedewerker van de Wiardi Beckman Stichting, secretaris)
Marja Bijl (voorzitter van de afdeling Rotterdam)
Berend Buddingh' (wethouder te Giessenlanden)
Veronica Dirksen (oud-wethouder te Maastricht)
Edith Hooge (lector corporate governance aan Avans Hogeschool)⁷³
Dig Isha (communicatiedeskundige)
André Krouwel (universitair hoofddocent politicologie aan de Vrije Universiteit en auteur van het Kieskompas)
Keklik Yucel (lid van het Politiek Forum en kandidaat voor de Tweede Kamer)

Opdracht

Het verlies van negen Kamerzetels bij de verkiezingen van 22 november jl. noopt tot bezinning. Het partijbestuur (PB) van de Partij van de Arbeid vraagt een commissie onder leiding van oud-partijvoorzitter Ruud Vreeman een analyse van de gebeurtenissen te maken en bouwstenen aan te reiken voor de inhoudelijke en organisatorische koers van de PvdA na de formatie van het nieuwe kabinet. Daarbij staan de volgende vragen centraal:

1. Welke politiek-maatschappelijke duiding valt te geven aan de verkiezingsuitslag van 22 november 2006, mede in het licht van onderliggende kiezersbewegingen en uitslagen van andere recente verkiezingen zoals voor de Tweede Kamer, gemeenteraden en Provinciale Staten en van het referendum over de Europese Grondwet?
2. Wat zegt, tegen deze achtergrond, de verkiezingsuitslag van 22 november 2006 over sterkten en zwakten van de PvdA rond bepaalde onderwerpen, kiezersgroepen en regio's?
3. Hoe beoordeelt de commissie in deze context de (strategische en politieke) opstelling van de PvdA voor, tijdens en na de verkiezingscampagne?
4. Welke lessen voor de toekomst kunnen, gezien het hiervoor geschetste en in het licht van de in 2002 in gang gezette partijvernieuwing, worden getrokken?

Het PB verzoekt de commissie om deze vragen te beantwoorden in een bondige notitie. Zo snel mogelijk na afronding van de formatieperiode rapporteert de commissie aan het voltallige partijbestuur, dat de notitie zal publiceren, begeleid door een PB-standpunt dat kan afwijken van de inhoud van de notitie.

Werkwijze

De commissie rondt haar werkzaamheden zo spoedig mogelijk na het aantreden van een nieuw kabinet af.

De commissie wordt ambtelijk ondersteund door Mare Faber (ambtelijk secretariaat) en het bestuurssecretariaat van de PvdA.

Het PB verzoekt de commissie bij het uitvoeren van haar werkzaamheden in ieder geval de volgende personen en groeperingen te horen cq de gelegenheid te geven hun mening kenbaar te maken:

- (de leden van) het partijbestuur
- de politiek leider
- het Politiek Forum
- de Adviesraad Verenigingszaken
- de campagnecoördinatoren
- de leden van de PvdA (o.a. op basis van ontvangen e-mails)
- de Jonge Socialisten
- het Multi-etnisch Vrouwennetwerk
- de Landelijke Adviesgroep Ouderenbeleid
- de PvdA-fracties in de Tweede Kamer, de Eerste Kamer en het Europees Parlement
- de niet-gekozen kandidaten voor de Tweede Kamer
- de directeur en plv. directeur van het partijbureau
- de campagnemanager

Verder verzoekt het PB de commissie in ieder geval de volgende stukken te bestuderen cq. te benutten:

- *De kaasstolp aan diggelen* (rapport commissie-De Boer) en *Onder een gesloten dak groeit géén gras* (rapport commissie-Andersson), september 2002
- De serie rapporten inzake 'Brandende Kwesties in de PvdA' (2004-2006)
- PvdA Verkiezingsmanifest 2006

BIJLAGE III

Motie 8 – Emancipatie boven positieve discriminatie bij kandidatenlijsten

NB: DEZE MOTIE IS NIET IN STEMMING GEBRACHT MAAR AANGEHOUDEN, EN ZAL WORDEN VOORGELEGD AAN DE COMMISSIE-VREEMAN 2007

Het congres van de Partij van de Arbeid, in vergadering bijeen op zaterdag 17 februari 2007 te Zwolle,

- constateert dat:
 - de PvdA een 'om en om'- beleid voert als het gaat om vertegenwoordiging van vrouwen op de kandidatenlijsten van Tweede Kamer en Eerste Kamer, zoals nogmaals blijkt uit de discussie rondom de kandidatuur van Klaas de Vries;
 - een dergelijke striktheid nog niet aanwezig is bij de vertegenwoordiging van andere (minderheids-)groepen;
- overweegt dat:
 - een dergelijke striktheid contraproductief kan zijn, onder andere omdat zo de indruk kan ontstaan dat vrouwen van mindere kwaliteit worden voorgetrokken;
 - naast kwaliteit, de vertegenwoordiging van verschillende groepen zeker belangrijk is;
 - het uiteindelijke doel emancipatie dient te zijn, waarbij positieve discriminatie slechts als een van meer opties dient te worden gezien.
- verzoekt het Partijbestuur om te kijken bij het samenstellen van de kandidatenlijsten naar verschillende facetten van het emancipatiebeleid waarbij de volgende punten worden meegenomen:
 - een quotum voor de kandidatenlijst, waarbij bijvoorbeeld bij de eerste dertig kandidaten tenminste veertig procent vrouw is;
 - de wijze waarop de vertegenwoordiging van andere (minderheids-)groepen wordt gegarandeerd;
 - de commissie-Vreeman te vragen om het punt samenstelling van de kandidatenlijstmee te nemen in haar advies;
- en gaat over tot de orde van de dag.

BIJLAGE IV

De commissie-Vreeman heeft in het kader van haar onderzoek gesproken met de volgende personen:

Campagneleiding

Nebahat Albayrak (lid Tweede Kamer / nr. 2 kandidatenlijst 2006)
Hans Anker (campagne-adviseur)
Wouter Bos (lijsttrekker)
Erik van Bruggen (hoofd communicatie)
Remco Dolstra (hoofd voorlichting / woordvoerder Wouter Bos)
Marco Esser (campagnemanager)
Michiel van Hulten (partijvoorzitter / campagneleider)
Lianne Raap (secretaris / inhoudelijke ondersteuning)

Campagneteam

Arjen Berkvens (adjunct-campagnemanager)
Michael Juffermans (hoofd Kenniscentrum)
Josje den Ridder (electoraal onderzoek)
Tessel Schouten (eindredacteur Rood en PvdA-website)
Annelies Spork (plaatsvervangend directeur partijbureau / coördinator regiocoördinatie, sprekers-coördinatie en direct kiezerscontact)
Riet van der Zedde (algemeen directeur partijbureau / financiën en personeelsbeleid)

Campagnestaf

Susanne Copini (medewerker team Bos / niet-inhoudelijke organisatie Arenabijeenkomsten)
Anouk Gijsbrechts (regiocoördinator)
Gijs Holla (regiocoördinator)
Job Janssen (regiocoördinator)
Ineke Mos (regiocoördinator)
Monique Wijlhuizen (regiocoördinator)

Partijbestuur

Max van den Berg (voorzitter PvdA-delegatie in de Socialistische Fractie in het Europees Parlement / adviserend lid partijbestuur)
Rian van Dam (lid partijbestuur)
Saskia Duives (lid partijbestuur)
Siepie de Jong (vice-voorzitter partijbestuur)
Arnold Jonk (lid partijbestuur)
Han Noten (voorzitter Eerste-Kamerfractie / adviserend lid partijbestuur)

Partijorganen

- Adviesraad Verenigingszaken: Rob Beek (voorzitter), Arjen Overbeek (plaatsvervangend secretaris), vertegenwoordigers van de afdelingen Almere, Amsterdam, Arnhem, Delft/Midden Delfland, Den Haag, Enschede, Groningen, Leeuwarden, Rotterdam en Utrecht-stad, vertegenwoordigers van de gewesten Fryslan, Gelderland, Groningen, Utrecht, Zuid-Holland
- Politiek Forum

Tweede-Kamerfractie

Martijn Balster (medewerker campagne Den Haag)
Ferd Crone (lid Tweede Kamer)
Martijn van Dam (lid Tweede Kamer)
Mariëtte Hamer (lid Tweede Kamer, vice-fractievoorzitter)
Paul Tang (lid Tweede Kamer)
Jacques Tichelaar (lid Tweede Kamer, fractievoorzitter)
Elsbeth Zeijlemaker (medewerker campagne Den Haag)
Rosa Zielstra (medewerker campagne Den Haag)

Neveninstellingen

Frans Becker (waarnemend directeur Wiardi Beckman Stichting)
Jan-Jaap van den Berg (secretaris Centrum voor Lokaal Bestuur)
René Cuperus (stafmedewerker Wiardi Beckman Stichting / adviseur Wouter Bos)
Liesje Klomp (penningmeester Jonge Socialisten)
Peter Scheffer (voorzitter Jonge Socialisten)

Diversen van binnen de partij

- Kandidaatstellingscommissie: Jeltje van Nieuwenhoven (voorzitter)
- Verkiezingsprogrammacommissie: Paul Depla (voorzitter) en Ronald Plasterk (lid)
- Afdelingsvoorzitters / lokale campagnecoördinatoren: Wim Carabain (afdeling Voorschoten), Michiel van den Donker (afdeling Eindhoven), Jan van Noord (afdeling Vlaardingen), Cees Seebregts (campagnecoördinator Tilburg), Jan Torenstra (campagnecoördinator Delft)
- Lokale en provinciale politici: Birol Akkus (raadslid Hengelo), Anita Andriessen (lijsttrekker / gedeputeerde Friesland), Jurriaan Fransman (deelraadslid Amsterdam), Jan Koller (statenlid Groningen), Erdinç Saçan (statenlid Noord-Brabant)
- Werkgroep politiek inhoudelijke koers (2002): Margreeth de Boer (voorzitter)
- Stuurgroep Multi Etnisch Vrouwennetwerk: Linda Nooitmeer (lid), Alma Mahawatkan (lid) en Ing Yoe Tan (voorzitter)
- Landelijke Adviesgroep Ouderenbeleid, schriftelijke inbreng
- Landelijke werkgroep Milieu en Energie, schriftelijke inbreng
- Werkgroep Patiënt Centraal, schriftelijke inbreng
- Zuid-Noord Commissie, schriftelijke inbreng
- E-mails en brieven van PvdA-leden: rechtstreeks aan de commissie verzonden, door de partijvoorzitter doorgeleid aan de commissie of verzonden via de PvdA-website

Diversen van buiten de partij

- CDA: Jack de Vries (campagneleider)
- VVD: Hans Hoogervorst (campagneleider)
- FNV: Chris Driessen (hoofd afdeling Arbeid / strategisch adviseur van de voorzitter) en Agnes Jongerius (voorzitter)
- Armeense Federatie FAON: Inge Drost (secretaris) en Mato Hakverdian (voorzitter)
- Wetenschappers/commentatoren: Wouter van der Brug (Universiteit van Amsterdam), Philip van Praag (Universiteit van Amsterdam), Jan de Ridder (Universiteit van Amsterdam), Hendrik Jan Schoo (columnist bij de Volkskrant) en Liesbet van Zoonen (Universiteit van Amsterdam)
- E-mails en brieven van niet-PvdA-leden: rechtstreeks aan de commissie verzonden, door de partijvoorzitter doorgeleid aan de commissie of verzonden via de PvdA-website

BIJLAGE V

Overzicht van gebruikte literatuur:

Andersson, Hans (commissievoorzitter), *Onder een gesloten dak groeit géén gras*. Verslag van de werkgroep 'organisatie en politieke cultuur'. Amsterdam: PvdA (2002)

Becker, Frans, Monika Sie Dhian Ho, Wim van Hennekeler en Bart Tromp (red.), *Politieke partijen op drift*. Het vierentwintigste jaarboek voor het democratisch socialisme. Amsterdam: Arbeiderspers / Wiardi Beckman Stichting (2003)

Becker, Frans, Wim van Hennekeler en Menno Hurenkamp (red.), *Vier jaar Balkenende*. WBS Jaarboek 2006. Amsterdam: Mets & Schilt / Wiardi Beckman Stichting (2006)

Becker, Frans en René Cuperus, *Verloren slag*. De PvdA en de verkiezingen van november 2006. Amsterdam: Mets & Schilt / Wiardi Beckman Stichting (2007)

Boer, Margreeth de (commissievoorzitter), *De kaasstolp aan diggelen*. De PvdA na de dreun van 15 mei. Verslag van de werkgroep 'politiek inhoudelijke koers'. Amsterdam: PvdA (2002)

Bos, Wouter, *Dit land kan zoveel beter*. Amsterdam: Bert Bakker (2005)

Bos, Wouter, *Wat Wouter wil*. Amsterdam: Bert Bakker (2006)

Bovens, Theo e.a., *Het gaat om meer dan televisie!*, interne evaluatie van de campagne van het CDA voor de verkiezingen voor de Tweede Kamer en de Provinciale Staten in 2003

Depla, Paul (commissievoorzitter), *Samen sterker*. Werken aan een beter Nederland. Verkiezingsprogramma Tweede-Kamerverkiezingen 2006. Amsterdam: PvdA (2006)

Faber, Sytze, *De wet van de koestal*. Gereformeerden in Den Haag. Amsterdam: Balans (2007)

Holsteyn, Joop van, Jean Tillie, Martijn van Dam, Frans Timmermans, René Cuperus, *Na de implosie, de inspiratie* – themablok in 'Socialisme & Democratie', 2006/12

Kalma, Paul, *Links, rechts en de vooruitgang*. Amsterdam: Mets & Schilt / Wiardi Beckman Stichting (2004)

Kleinnijenhuis, Jan, Otto Scholten e.a., *Nederland vijfstromenland*. Amsterdam: Bert Bakker (2007)

Kok, Wim, *We laten niemand los*. Dr. J.M. den Uyl-lezing, 11 december 1995

Partij van de Arbeid, *Beginselen*. Manifest vastgesteld door het congres van de Partij van de Arbeid. Delft, 29 januari 2005

Praag, Philip van, *De verkiezingscampagne: professioneler en feller*. In: K. Aarts, H. van der Kolk en M. Rosema (red.), *Een verdeeld electoraat*. Utrecht: Het Spectrum. Te verschijnen voorjaar 2007 (NKO-bundel)

'Projectgroep Vijf' (studenten van de Universiteit van Amsterdam), *De Draai. Een vergelijking van campagne-strategieën. Verslag van een onderzoeksproject* (2007)

Rehwinkel, Peter en Jan Nekkers, *Regerenderwijs. De PvdA in het kabinet Lubbers/Kok*. Amsterdam: Bert Bakker / Wiardi Beckman Stichting (1994)

Uyl, J.M. den, *Heroriëntering van het socialisme*, in: 'Socialisme en Democratie', 1952

De serie 'Brandende kwesties' (2004-2006):

- *Integratie en immigratie: aan het werk! Standpunten voor het partijdebat in de vorm van 35 stellingen* (2004). Projectgroep Integratie en immigratie. Voorzitter: Schelto Patijn.
- *De leidende burger* (2005). Projectgroep Democratie en bestuurlijke vernieuwing. Voorzitter: Rudy Andeweg.
- *Zorg voor een gezond leven. Een sociaal-democratische visie op de gezondheid, zorg en ziektekosten van burgers in de samenleving* (2005). Projectgroep Zorg. Voorzitter: Steven de Waal.
- *Vreedzaam veilig. Een sociaal-democratische internationale koers in een veranderende wereld* (2005). Projectgroep Internationale vrede en veiligheid. Voorzitter: Nico Schrijver
- *Goed wonen: voor iedereen, van iedereen* (2005). Projectgroep Wonen. Voorzitter: Peter Boelhouwer.
- *De wet van wederkerigheid* (2005). Projectgroep Verzorgingsstaat. Voorzitter: Han Noten.
- *Om de kwaliteit van de publieke dienstverlening en publieke sector* (2006). Projectgroep Publieke sector. Voorzitter: Jouke de Vries.

NOTEN

1. De kaasstolp aan diggelen is de titel van het rapport van de werkgroep 'inhoud' onder voorzitterschap van Margreeth de Boer, die na de dreun van de nederlaag van mei 2002 de PvdA kritisch doorlichtte. De commissie constateerde onder meer een sterke intern-bestuurlijke gerichtheid ('Onder de Haagse "kaasstolp" verloor de PvdA het dagelijks contact met de samenleving', p.41), programmatische kleurloosheid en een ongezonde partijcultuur met te weinig ruimte voor debat.
2. Zie bijlage II voor de volledige tekst van de opdracht van het partijbestuur aan de commissie.
3. Zie bijlage III voor de tekst van de motie.
4. Zie bijlage I. Over de laatste Tweede-Kamerverkiezingen zal meer gedetailleerde informatie beschikbaar komen (o.a. over kiezersbewegingen tussen partijen) bij de presentatie van het Nationaal Kiezeronderzoek 2006, rond 1 juni 2007. Het NKO is een project van alle leerstoelhouders politicologie in Nederland (sinds 1971). De kern is een survey-onderzoek rond de verkiezingen voor de Tweede Kamer onder een representatieve steekproef uit de kiesgerechtigde bevolking. Door de databestanden van verschillende NKO's naast elkaar te leggen, kan men trends in opvattingen, prioriteiten, percepties en gedragingen op het spoor komen. Zie www.dpes.nl.
5. Voor het volledige overzicht, zie bijlage IV.
6. Naast de beginselcommissie waren er groepen die zich bogen over de volgende onderwerpen: democratie en bestuurlijke vernieuwing; integratie en immigratie; kwaliteit en sturing van de publieke sector; nationale en internationale veiligheid; kosten en toegankelijkheid van de zorg; toekomst van de verzorgingsstaat; wonen. Naar aanleiding van het landelijk referendum over het grondwettelijk verdrag, op 1 juni 2005, werd een extra werkgroep ingericht die een rapport schreef over Europa.
7. Bij de Tweede-Kamerverkiezingen van 22 januari 2003 klom de PvdA van 23 naar 42 zetels. Zie bijlage I.
8. Zie bijlage I.
9. Dit is bij 'second order elections' een gebruikelijk fenomeen.
10. De verkiezingsprogramma-commissie bestond uit: Paul Depla (voorzitter, wethouder in Nijmegen), Hans Spekman (vice-voorzitter, vmlg. wethouder in Utrecht), Ahmed Aboutaleb (wethouder in Amsterdam), Ybo Buruma (hoogleraar strafrecht in Nijmegen), Wim Derksen (directeur Ruimtelijk Planbureau / hoogleraar bestuurskunde in Rotterdam, Louise Gunning-Schepers (voorzitter raad van bestuur AMC), Marleen Haage (beleidsmedewerker politie in Utrecht), Arnold Jonk (lid partijbestuur / lid directieteam EVD), Trude Maas-Brouwer (lid Eerste Kamer / president Hay Vision Society / diverse commissariat) May-May Meijer (adviseur bij Zero Kap), Marjan Minnesma (directeur Dutch Research Institute for Transitions EUR), Michiel Mulder (vastgoedeconoom bij gemeente Zoetermeer / gemeenteraadslid in Amsterdam / lid AVV), Ronald Plasterk (hoogleraar ontwikkelingsbiologie / directeur Hubrecht Laboratorium / columnist), Monika Sie Dhian Ho (stafmedewerker WRR / voorzitter Zuid-Noord Commissie PvdA), Steve Stevaert (oud-leider SPa), Hedwig Verhoeven (directeur Munttheater in Weert) en Matthijs Visser (mededingingseconoom bij RBB Economics in Den Haag).
11. Zie ook Liesbet van Zoonen in *Verloren slag* (red. Frans Becker en René Cuperus; p.75). Direct na de verkiezingen barstte de discussie los over de mate waarin angst en onzekerheid een rol hadden gespeeld in het stemgedrag. Zo constateerde Tweede-Kamerlid Martijn van Dam in *Socialisme & Democratie* dat mensen 'meer dan voorheen gekozen hebben voor een behoudende politiek'. Volgens hem moet de verklaring daarvoor gezocht moeten worden in 'angst voor het buitenland of voor buitenlanders, voor de globaliserende economie, voor verloedering en normvervaging, voor grote bedrijven en grote publieke instituties'. Een ruk naar links is voor de PvdA de oplossing niet, aldus Van Dam: 'Onze vernieuwingsagenda is nog lang niet af en moet dan ook met kracht worden voortgezet. (...) De PvdA-agenda moet erop gericht zijn om mensen de controle over het eigen leven terug te geven.' (Martijn van Dam, in: *Socialisme & Democratie*, 2006/12; pp. 28-29.
12. Alleen GroenLinks presenteerde zijn programma nog later, één dag na de PvdA. De vroege publicatie van het CDA-programma, op 19 augustus, leverde die partij naar verhouding veel media-aandacht op.
13. Philip van Praag, in: NKO-bundel van Aarts et al., te verschijnen voorjaar 2007.
14. De financiële subcommissie bestond uit vier leden van de programma-commissie (Arnold Jonk, Michiel Mulder, Ronald Plasterk en Matthijs Visser), twee Tweede-Kamerleden (Ferd Crone en Frank Heemskerk), het hoofd fractiestaf (Martin van Leeuwen) en een econoom/partijlid (Sweeder van Wijnbergen).
15. Zie paragraaf 2.6.
16. Zie 'Kiezer is links, stemt rechts', in: *Trouw*, 11 november 2006. Dit artikel is gebaseerd op resultaten van de digitale stemtest Kieskompas. Citaat: 'Nederlanders zijn het inhoudelijk vaker eens met de PvdA dan met het CDA. Daartegenover staat dat ze

veel minder vaak denken dat een coalitie met de PvdA het beter zou doen dan het huidige kabinet. (...) Met twee centrale punten van het PvdA-programma is een meerderheid het eens: de stelling dat rijke ouderen moeten meebetalen aan de AOW en de stelling dat de aftrek van de hypotheekrente beperkt moet worden.'

17. Zie paragraaf 2.6.

18. Er is in het najaar van 2006 sprake van duidelijke positieve trends in het nieuws, niet alleen over werkgelegenheid en economische groei ('na het zuur, het zoet'), maar ook over linkse issues als sociale zekerheid en armoedebestrijding. Met de integratie van minderheden gaat het niet goed, maar de berichtgeving is een stuk minder somber dan in 2002. De PvdA en andere oppositiepartijen weten tijdens de campagne geen felle berichtgeving los te maken over misstanden in de zorg en het onderwijs (problemen waarvoor kiezers, volgens opinieonderzoek, de kabinetten-Balkenende verantwoordelijk houden). Het media-onderzoek leidt tot de volgende conclusie: 'het nieuws over feitelijke ontwikkelingen van 2006 levert argumenten voor voortzetting van het beleid van de regeringspartijen.' (Jan Kleinnijenhuis et al., p. 69-73)

19. Jan Kleinnijenhuis et al., p.111-116 en 153-154

20. In een artikel in de bundel *Politieke partijen op drift* signaleert ook Dick Benschop dit probleem. Zijn oplossing is het zogeheten 3-1-model: 'Drie jaar lang bouwen en een jaar lang campagne voeren en verkiezingen winnen. Waarom dit onderscheid? Nu dreigen wij continu van alles een beetje te doen. Dan wordt het vlees noch vis. In de eerste periode is er nu te veel drang tot beheersing en in de campagne dreigt telkens te weinig discipline. (...) In de opbouwfase zijn de vrijheidsgraden hoog. Het doel is om de boel open te gooien, om meer mensen bij de partij te betrekken. Discussie, debat en verkenningen staan centraal: de ideeënpartij. De campagne moet gevoerd worden op basis van de wetmatigheden van de moderne campagneorganisatie.' (Frans Becker et al, 2003; p.116)

21. De motivatie van de partijvoorzitter voor deze reorganisatie school in zijn constatering dat de Politieke Campagne Commissie slecht functioneerde vanwege een tweedeling tussen enerzijds 'fulltime PvdA'ers', die dag en nacht voor de PCC in de weer konden zijn en anderzijds commissieleden die parttime bij de campagne betrokken waren. Van Hulten wilde deze situatie formaliseren door de PCC op te splitsen in een kleine Campagneleiding die continu voor de campagne beschikbaar was en een Stuurgroep van mensen die op enige afstand de lange lijnen zou overzien. Die Stuurgroep was breder van samenstelling dan de voormalige PCC. Lid waren de voltallige Campagneleiding plus Han Noten (voorzitter Eerste-Kamerfractie), Sharon Dijkzma (Tweede-Kamerlid), Rian van Dam (lid partijbestuur), Amma Assante (lid partijbestuur), Josje den Ridder (onderzoeker op het partijbureau) en Riet van der Zedde (directeur partijbureau).

22. Naast Wouter Bos en Michiel van Hulten waren lid van de Campagneleiding: Marco Esser (campagnemanager, in vaste dienst bij de PvdA), Remco Dolstra (hoofd voorlichting, in vaste dienst), Erik van Bruggen (hoofd communicatie, directielid bureau BKB; maakte mid-augustus de overstap van Campagneteam naar Campagneleiding) en Lianne Raap (secretaris, in vaste dienst).

23. Bij het evalueren van de bestuursvorm van de PvdA (zie ook opdracht 7 voorin dit rapport), moet onder meer aandacht worden besteed aan de volgende punten: (1) de wijze van aanstelling van de partijvoorzitter (weeg de in de praktijk gebleken voordelen en nadelen van verkiezing via ledenraadpleging tegen elkaar af); (2) de praktische organisatie van dergelijke persoonsverkiezingen via ledenraadpleging (overweeg een voorselectie en/of assessment om te voorkomen dat ongeschikte of *de facto* kansloze kandidaten tot het einde blijven meedraaien in de procedure); (3) de zittingstermijn van partijbesturen (overweeg die te verlengen van twee naar drie of vier jaar); (4) de tijdsinvestering, competenties en salariëring van partijbestuursleden (overweeg om van het vice-voorzitterschap en het penningmeesterschap betaalde parttime functies te maken en de betrokkenen samen met de fulltime voorzitter en internationaal secretaris een dagelijks bestuur te laten vormen; de overige, onbezoldigde leden vormen dan het algemeen bestuur, dat toezicht houdt op het dagelijks bestuur).

24. De negentien units waaruit de Campagnestaf bestond waren: (1) Campagnemanagement; (2) Electoraal Onderzoek; (3) Kennisbureau; (4) Concurrentieonderzoek; (5) Rapid Response (met medewerking van onder anderen de Tweede-Kamerleden Jeroen Dijksselbloem en Martijn van Dam); (6) Voorlichting; (7) Beeldcommunicatie en betaalde media; (8) Website; (9) Regiocoördinatie; (10) Sprekerscoördinatie; (11) Direct kiezerscontact; (12) Vrijwilligers, (13) Materiaal; (14) Doelgroepen; (15) Team Bos; (16) Ondersteuning kandidaat-Kamerleden (onder meer in de vorm van strategische advisering); (17) Endorsements (steunbetuigingen aan het adres van de PvdA door bekende Nederlanders); (18) Fondsenwerving; (19) Personele zaken en begroting.

25. Alle leden van het Campagneteam waren personen die buiten campagnetijd werkzaam zijn op het partijbureau in Amsterdam of bij de Tweede-Kamerfractie in Den Haag. Een uitzondering is Erik van Bruggen, mede-directeur van bureau BKB. Hier worden alleen de functies genoemd die betrokkenen in campagnetijd vervulden: Marco Esser (campagnemanager, tevens lid Campagneleiding en Stuurgroep), Arjen Berkvens (adjunct-campagnemanager), Josje den Ridder (onderzoeker partijbureau, tevens lid Stuurgroep), Lianne Raap (assistent partijvoorzitter, tevens secretaris Campagneleiding), Erik van

Bruggen (hoofd 'Communicatie/vormgeving', tevens lid Stuurgroep en vanaf mid-augustus lid Campagneleiding), Remco Dolstra (hoofd 'Voorlichting', tevens lid Campagneleiding en Stuurgroep), Tessel Schouten (hoofd 'Website/communicatie'), Riet van der Zedde (hoofd 'Personele zaken en begroting', tevens lid Stuurgroep), Annelies Spork (hoofd 'Regiocoördinatie en sprekerscoördinatie'), Angelina Scalzo (hoofd 'Team Bos'), Michael Juffermans (hoofd 'Kennisbureau'), Wouter Kolk (hoofd 'Rapid Response'), Marieke Blom (hoofd 'Concurrentieonderzoek'), Paul Hoogland (hoofd 'Fondsenwerving') en Merel de Haan (secretaresse Marco Esser).

26. Een regiocoördinator is als een spin in het web van de partij: hij of zij onderhoudt de contacten tussen een aantal afdelingen/gewesten, Amsterdam en Den Haag. De zeven regiocoördinatoren vormen als het ware de frontoffice van het partijbureau. Ze zijn veel op pad in 'hun' regio, in campagnetijd maar ook daarbuiten.
27. Om de band met bepaalde maatschappelijke organisaties te benadrukken sloot Wouter Bos tijdens de campagne namens de PvdA bondgenootschappen met de volgende organisaties: CG-Raad, Klimaat Neutraal Groep, Humanitas, LSVB, ABVAKA-BO Ambulancedienst, Actiz, Unie Zorg en Welzijn, Stop Fout Vlees, Stichting Sport en Jeugd, G4 Onderwijs, COC. Over de tekst van de convenanten was telkens zorgvuldig onderhandeld. Vaak ging de boodschap echter verloren in het campagnegebed. De media werden op de convenanten slecht voorbereid en toonden weinig interesse.
28. De acties in het kader van Meer Rood op Straat (MRoS) vinden ook buiten verkiezingstijd plaats. Voor elke MRoS-dag wordt landelijk een thema bepaald (bijvoorbeeld 'ouderen' of 'veiligheid'). Kamerleden en andere prominente (lokale) PvdA'ers gaan de straat op met partijleden om het publiek met behulp van informatieboekjes te informeren over de betreffende problematiek en de standpunten van de PvdA.
29. Tijdens de campagne waren de onderwerpen van de 'Wouter Ontmoets' sport en de kenniseconomie. Bij eerdere gelegenheden had hij van gedachten gewisseld met onder meer frontwerkers van de verzorgingsstaat.
30. Naast het Kennisbureau waren ook de units 'Concurrentieonderzoek' en 'Rapid Response' met kennis bezig. Daardoor werd werk dubbel gedaan en was niet altijd duidelijk wie wat deed. Het verdient aanbeveling om bij toekomstige campagnes deze drie onderdelen samen te voegen tot één team met één verantwoordelijk manager.
31. Een voorbeeld van een filmpje waarover veel te doen was, was de animatie *Wouter's Angels*, met drie (aspirant-) Kamerleden in de rol van *superheroes*.
32. De PvdA heeft een onderzoeker in vaste dienst, Josje den Ridder. In de campagneperiode werkte zij in een los-vast verband samen met campagnedeskundige Hans Anker, die in New York woont. In de laatste weken voor 22 november verbleef Anker continu in Nederland. Hij maakte overigens ook deel uit van Mercurius, de informele kring rond Wouter Bos.
33. Wouter Bos heeft een eigen website, een digitale nieuwsbrief (de Bosbode) en een podcast (Boscast FM). Hij was ook een van de eerste politici die actief werden op het virtuele vriendennetwerk Hyves.
34. De Stemwijzer (sinds 1998) is ontwikkeld door het Instituut voor Publiek en Politiek, het Documentatiecentrum Nederlandse Politieke Partijen en de Universiteit Twente. Bij de totstandkoming van de editie-2006 onderhandelden de makers en politieke partijen over de keuze van de items, de precieze formuleringen van de stellingen, de antwoorden die politieke partijen daarop geven en de toelichtingen die ze verschaffen. Een concurrent van de Stemwijzer is (sinds 2006) het Kieskompas, ontwikkeld door André Krouwel in samenwerking met Trouw. In 2006 werd de Stemwijzer 4,7 miljoen keer ingevuld, terwijl van het Kieskompas ruim 1,5 miljoen kiezers gebruik maakten (Jan Kleinnijenhuis et al, p. 42).
35. Met name kiezers met weinig politieke kennis blijken veel waarde te hechten aan de betekenis van de uitslag van de Stemwijzer. Zie Jan de Ridder, in: *Verloren slag* (red. Frans Becker en René Cuperus, p. 118)
36. 'Het drastisch verhogen van het aantal stemadviezen op de partij is bij sommige partijen een belangrijk onderdeel van de electorale en digitale strategie.' (Philip van Praag, in: NKO-bundel van Aarts et al., te verschijnen voorjaar 2007) Zie ook Jan Kleinnijenhuis et al., p. 43: 'Zo geeft de campagneleider van het CDA, Jack de Vries, met zo veel woorden toe dat het CDA de antwoorden op de stellingen van de Stemwijzer zo heeft geformuleerd dat er een gunstige uitslag zou volgen (Het Parool, 28 november).' Zie ook Jan de Ridder, in: *Socialisme & Democratie*, 2006/12, p. 7.
37. De laaggeplaatste Harm Evert Waalkens (nr 51) kreeg door het congres plaats 33 toebedeeld. Khadija Arib klom van plaats 44 naar 34.
38. Zie voor een kritische analyse bijvoorbeeld het artikel 'Armeense genocide. Een wilde tango met de waarheid', in: *Trouw*, 9 november 2006.
39. Eerder die ochtend was in een telefonische vergadering van het partijbestuur nog een andere lijn afgesproken. In de Campagneleiding was het onderwerp niet aan de orde geweest. De besluitvorming stond onder druk, omdat het partijcongres en de Algemene Politieke Beschouwingen op de rol stonden. Toen het besluit eenmaal was genomen, verzuimde de partij om dat formeel vast te leggen in de vorm van een formele brief aan Erdinç Saçan of een persoonlijk gesprek.
40. In een interview met *Het Parool* op 17 maart 2006 (na te lezen op www.pvda.nl) had Bos de grote deelname van allochtonen

in gemeenteraden een doorbraak genoemd. Verder zei hij: ‘Het probleem is nu hooguit dat onze winst zo groot is, dat veel mensen – onder wie allochtonen – een raadszetel hebben gekregen terwijl we nu niet weten of ze net zo gekwalificeerd zijn als mensen hoger op de lijst. We willen het gewicht van voorkeurstemmen vergroten. Dat vereist dat partijen hun kandidaten nog beter screenen. We krijgen vast ongelukken met nieuwe allochtone raadsleden, maar die hebben we ook met autochtonen gehad.’ De potentiële brokkenmakers van allochtone afkomst haalden de voorpagina, de autochtone niet. Grote commotie was het gevolg. Nadien constateerde de Ombudsman van Het Parool dat Bos op de voorpagina onjuist geciteerd was. Dat was echter niet genoeg om het ontstane beeld te ontcrachten. Bos zei verder in het interview: ‘We hebben enige ervaring met kandidaten die politiek bedrijven volgens de cultuur van hun land van herkomst, waar cliëntelisme normaal is. Met het opkomen van een nieuwe generatie verdwijnt dat. In de Amsterdamse PvdA-fractie zitten Turkse en Marokkaanse studenten. Die hebben geen band met die traditie.’

41. Het electorale belang van de provincie Brabant en Limburg is een bekend gegeven: vanwege de omvang van de bevolking, de beweeglijkheid van het electoraat, de traditionele kracht van het CDA en de opkomst van de SP respectievelijk de PVV. Niet alleen aan de (permanente) campagne stelt dit hoge eisen, maar ook aan de zoektocht naar zuidelijke kandidaten met een groot regionaal draagvlak.
42. Dat zou onder meer blijken op het partijcongres in Zwolle in februari 2007, waar een motie over deze kwestie werd ingediend en doorverwezen naar de commissie-Vreeman. Zie bijlage III.
43. Zie de cijfers in bijlage I. Tussen de komst van Bos als politiek leider, eind 2002, en de verkiezingen van november 2006 was de enige ‘verkiezing’ die voor de PvdA verloren ging het referendum inzake het Europees Grondwettelijk Verdrag (2005).
44. De combinatie van a) het uitstekende resultaat bij de gemeenteraadsverkiezingen, waarbij Wouter Bos met name in de laatste week zeer veel in het nieuws was, met b) de hoge peilingen voor de verkiezingen van november was voor de afdeling onderzoek van de partij moeilijk te rijmen met het feit dat er in focusgroepen, als er doorgevraagd werd, kritische dingen over Bos werden gezegd. De eerste formele bevestiging van een omslag in de beeldvorming kwam op 27 mei. TNS-NIPO publiceerde toen een onderzoek waaruit bleek dat het vertrouwen in Jan Peter Balkenende in de rol van premier sterk aan het stijgen was, terwijl het vertrouwen in Wouter Bos slonk. Dat gegeven, plus een stijging van het vertrouwen in het kabinet (de eerste significante stijging sinds 2003) en een ongekende toename in het consumentenvertrouwen, bracht de onderzoekers van TNS-NIPO tot de volgende conclusie: ‘alle lichten lijken op groen te staan voor Balkenende. Indien hij vakkundig laveert, kan hij beginnen aan een inhaalslag op Wouter Bos.’ (Bron: persbericht op www.tns-nipo.com)
45. Als indicator voor ‘vertrouwen’ golden de scores van de lijsttrekkers op ‘bekwaamheid’ en ‘weten wat er leeft’. Vertrouwen in Marijnissen had 64% van de respondenten. Bos scoorde 52%, Halsema 51%, Rouvoet 50%, Balkenende 39%. (Jan Kleinnijenhuis et al, p. 120)
46. Uit onderzoek van TNS-NIPO in opdracht van de UvA blijkt dat ook binnen het ‘PvdA-potentieel’ het vertrouwen in Wouter Bos tussen februari en november aanzienlijk afnam, terwijl de scores van Marijnissen en Balkenende gestaag omhoog liepen. Vlak voor de verkiezingen zaten beide Bos op de hielen. Onder ‘PvdA-potentieel’ wordt hier verstaan: mensen die in februari 7 of hoger antwoordden (schaal: 1-10) op de vraag hoe groot de kans was dat ze bij de verkiezingen op de PvdA zouden gaan stemmen. (Philip van Praag, in: Frans Becker en René Cuperus, *Verloren Slag*, pp. 93-95)
47. Zo werd Michiel van Hulten gevraagd om een zin uit een congresspeech enigszins te dempen. ‘Het CDA vraagt om vertrouwen, maar het CDA is niet te vertrouwen’ werd ‘Het CDA zegt het een en doet het ander’. Toen fractielid Frank Heemskerck in een gesprek met een journalist de suggestie had gewekt dat er door de zorgplannen van het CDA doden konden vallen, was er discussie over de vraag of hij daarmee te ver was gegaan.
48. De naam werd ontleend aan het restaurant waar de eerste bijeenkomst plaatsvond. In de VPRO-documentaire *De Wouter Tapes* (uitgezonden op 19 en 26 maart 2007) komt Mercurius uitvoerig in beeld, anders dan de Campagneleiding en het Campagneteam op het Amsterdamse partijbureau. Kijkers krijgen daardoor wellicht een wat scheve indruk van de manier waarop de koers van de PvdA werd uitgezet. Het verschil in zichtbaarheid houdt verband met het feit dat partijvoorzitter Michiel van Hulten de programmamakers geen toestemming gaf om het werk van het Campagneteam en allerlei inhoudelijke partijbijeenkomsten te filmen.
49. Op 28 april 2006 noemde Wouter Bos fiscalisering van de AOW een onderdeel van zijn hervormingsagenda voor de verzorgingsstaat. Hij deed dat in een academisch georiënteerde, Engelstalige lezing bij Netspar, een Nederlands topinstituut voor vergrijzings- en pensioenvraagstukken. Het idee was niet nieuw en kon ook buiten de PvdA op veel steun van deskundigen rekenen. Bij het grote publiek lag het echter zeer gevoelig, vanwege associaties met afbraak van verworvenheden (Willem Drees) en het ‘pakken’ van ouderen. Via de Netspar-lezing, die verschillende beleidsvoorstellen bevatte, wilde de Campagneleiding Bos’ premierskwaliteiten over het voetlicht brengen. Dat juist het AOW-voorstel tot grote commotie zou leiden, was niet voorzien. De katalysator was een krantencolumn van Marcel van Dam, die over de kwestie in een correspon-

dentie was verwickeld met fractiewoordvoerder Ferd Crone. De media en de politieke concurrenten van de PvdA stookten het vuurtje op. De partijtop probeerde de onrust weg te nemen door het voorstel te concretiseren door het noemen van een inkomensgrens, maar zonder dat daar grondig rekenwerk aan vooraf was gegaan. Het thema bleef de gemoederen bezighouden. Op 31 augustus, een dag voor de officiële start van de PvdA-campagne, introduceerde Bos in *De Telegraaf* een aangepast voorstel, dat in dezelfde vorm in het verkiezingsprogramma was opgenomen. Op de publieke opinie had dat niet het gehoopte dempende effect. Critici laakten het feit dat Bos de rug niet recht had gehouden, terwijl lokale campagnevoerders aangaven dat het partijstandpunt aan de kiezer nog altijd niet uit te leggen was. Een van de belangrijkste wijzigingen in het voorstel, naast het verhogen van de inkomensgrens, was dat de fiscalisering pas in 2011 zou ingaan. Eind oktober bleek dat in de rekensystematiek van het Centraal Planbureau die maatregel niet meetelde, waardoor het gerapporteerde effect van de PvdA-maatregelen op toekomstige financieringstekorten als gevolg van de vergrijzing nul was. Met wijsheid achteraf kan worden geconcludeerd dat het inhoudelijk complexe en electoraal gevoelige thema van fiscalisering van de AOW voor de PvdA geen geschikt campagnethema was.

50. Een ander (door veel deskundigen gesteund) PvdA-voorstel met onzekerheidsbevorderend effect was het voorstel tot beperking van de hypotheekrenteaftrek. Dat maakte echter, vergeleken met de AOW-plannen, veel minder emoties los.
51. Zie Jan Kleinnijenhuis et al, p. 153
52. Het meest markante moment in het debat deed zich voor toen Bos de premier vroeg naar concrete maatregelen die hij had ingevoerd om rijke Nederlanders te laten meebetalen aan de bezuinigingen, aftellend van drie naar één ('Noemt u mij...').
53. Buitenhof, 12 november 2006. Margreeth de Boer sprak met opzet nadrukkelijk van 'dít CDA'. Haar optreden kwam voort uit oprechte zorg over de campagnekoers van de PvdA, maar haar kritiek werd door de Campagneleiding niet als opbouwend ervaren.
54. Het is een bekend gegeven dat kiezers graag stemmen op een partij die 'regeringsfähig' is. Een uitspraak van de PvdA vóór een linkse coalitie zou de SP dat etiket bezorgen. Een ander motief voor twijfelende kiezers om de SP te steunen kon zijn de wens om een eventueel links kabinet zo links mogelijk te maken.
55. Een andere reden om het onderscheid met het CDA voldoende uit de verf te laten komen, was dat er bij het ontwerpen van de campagne voor was gekozen om behalve op de vijftig grootste steden van het land, vooral in te zetten op de zogenaamde kernregio's Friesland, Overijssel, Noord-Brabant en Limburg. Uit onderzoek was gebleken dat daar veel CDA'ers te vinden waren die een sociaal Nederland wilden en bij de gemeenteraadsverkiezingen hun partij ontrouw waren geweest.
56. Zie bijlage I.
57. Op 27 mei rapporteerde TNS-NIPO een ongekende toename in het consumentenvertrouwen én de eerste significante stijging van het vertrouwen in het kabinet sinds 2003. Zie noot 44.
58. In 1986 deed zich een combinatie van dezelfde drie factoren voor. Het verkiezingsresultaat voor het CDA was ernaar. De partij steeg van 45 naar 54 zetels en Lubbers mocht 'z'n karwei afmaken'.
59. In de bundel *Verloren slag* betogen Gerrit Voerman en Paul Lucardie dat 'afgezien van de push-factoren van de PvdA de SP over pull-factoren beschikt die haar tot een reëel alternatief hebben gemaakt voor (teleurgestelde) kiezers van de PvdA' (p.158). De auteurs schetsen de sociaal-democratisering van de voormalig-communistische partij, via 'demaïosatie' en 'delenisatie' naar het 'verlaten van de notie van het socialisme als eindpunt van de geschiedenis' bij de beginselherziening in 1999. De SP is van oudsher populistisch georiënteerd en ziet 'er niet tegenop om afstand te doen van beginselen wanneer die een belemmering vormen voor het benaderen van nieuwe electorale groepen' (p. 150). In de verkiezingsstrijd van 2006 speelde overigens niet alleen een rol dat de partij nog verder in de richting van het politieke midden schoof (wat tot uitdrukking kwam in het verlaten van programmapunten als de afschaffing van de monarchie en het vertrek van Nederland uit de NAVO), maar zeker ook de grote populariteit van lijsttrekker Jan Marijnissen. Een andere factor is de kracht van de SP op buurtniveau gebleken: laagdrempelig, serviceverlenend, activistisch, meeliftend met vakbondsacties. De partijorganisatie is strakker en centralistischer dan die van de PvdA, wat onder meer tot uitdrukking komt in een andere aanpak van scouting en opleiding van politiek talent.
60. Hans Andersson et al, p. 13.
61. De commissie-Vreeman heeft niet alleen de vele bijdragen bestudeerd die partijleden en niet-leden rechtstreeks aan haar stuurden, maar ook bijdragen die de PvdA langs andere weg bereikten, zoals via het mailadres van de partijvoorzitter.
62. 'De PvdA van Bos [wordt] als linkser gezien dan de PvdA van Kok. Kiezers plaatsen de PvdA in november [2006] rond de 4,0 op de links-rechts-schaal. Ten tijde van de paarse kabinetten stond de PvdA nog rond de 4,4' (Philip van Praag, in: Frans Becker en René Cuperus, *Verloren slag*, p. 103)
63. Bij de verkiezingen voor de Provinciale Staten op 7 maart 2007 scoorde Friesland opvallend goed: het verlies bleef er beperkt tot 0,6 procentpunt, landelijk was dat tien keer zo groot. Dit succes valt te verklaren aan de hand van drie factoren: 1) een ster-

- ke, 'eigen', rond de persoon van lijsttrekker Andriessen gecentreerde campagne, 2) een krachtige partijorganisatie op gewestelijk en afdelingsniveau, 3) een ruime beschikbaarheid van financiële middelen, waarmee onder andere tv-spots werden bekostigd.
64. Volgens de statistieken zouden het niet de ambtenaren, maar de 'werkers in loondienst buiten de overheid' moeten zijn die de toon zetten in de PvdA. Uit het Partijledenonderzoek Leiden (PLO) 1999 blijkt dat van de toenmalige leden van de PvdA 29% werkzaam was in loondienst buiten de overheid, terwijl 25% werkzaam was in overheidsdienst en 25% viel in de categorie AOW/gepensioneerd. Daarna volgden zelfstandigen (7%), arbeidsongeschikten (4%), huisvrouwen/-mannen (3%), mensen die 'anders werkzaam' waren (2%), werklozen (2%), studenten/scholieren (1%) en de restcategorie van overigen (3%). (Bron: PLO 1999)
65. Illustratief zijn de cijfers op lokaal niveau. Sinds de verkiezingen van 7 maart 2006 telt de PvdA 2150 raadsleden, onder wie 183 allochtonen (116 mannen en 67 vrouwen). Met deze 8,5% ligt de PvdA voor op GroenLinks (6,3%) en de SP (3,8%). Daarachter volgen, op grote afstand, het CDA (1,4%), Leefbaar/Lokaal (1,1%), de VVD (1%) en D66 (0,6%). Zeven van de 169 wethouders in de G31 zijn allochtoon: vijf van de PvdA tegen één van het CDA en één van GroenLinks. (Bron: website van het Instituut voor Publiek en Politiek)
66. Ook Wouter Bos is van mening dat precies deze drie kwaliteiten moeten worden uitgebuit. Zie 'Wij zullen SP in debat niet sparen', een opiniestuk van zijn hand in het Forum-katern van de Volkskrant, 14 april 2007 (p.19).
67. Zie Jos de Beus, *Vereist: een parlement met wapens*. In: 'Binnenlands Bestuur', 13 april 2007, pp. 26-29.
68. Sinds 2003 is er op het partijbureau een talentendatabank. Inmiddels bevat die gegevens van ongeveer vierhonderd personen, van wie de meeste een of meer persoonlijke gesprekken hebben gevoerd met een kandidaatstellingscommissie of het zogenaamde HRM-team. De gegevens zijn echter deels verouderd. Het Centrum voor Lokaal Bestuur onderhoudt een succesvolle databank specifiek voor wethouders. Bij de invulling van burgemeestersposten en andere hoge benoemingen is behalve het partijbestuur ook de portefeuillehouder in de Tweede-Kamerfractie betrokken. Op dit moment is dat Pierre Heijnen.
69. 'Bij de formatieonderhandelingen is de PvdA – zo althans heeft de volksziel het ervaren – door het CDA van de mat gespeeld', aldus Sytze Faber, een oud-Kamerlid van het CDA en oud-journalist die in de periode rond de formatie meeliep met de ChristenUnie en daarover een boek publiceerde. (Faber, p. 156)
70. Bronnen: Centrum voor Lokaal Bestuur (PvdA) en <http://www.decentraalbestuur.nl/kerngem/ms/basis>. Stand per 1 mei 2007.
71. Zeeland is de uitzondering.
72. Deze stelling wordt expliciet onderschreven door Wouter Bos, in een opiniestuk in de Volkskrant van 14 april 2007 (Forum-katern, p. 19).
73. Eind mei 2007 trok Edith Hooge zich terug uit de commissie.