

# Op zoek naar de succesfactor in de lokale politiek

*Een onderzoek naar het verband tussen de werkwijze van politieke partijen en verkiezingssucces in de lokale politiek*

**PUUR NO<sup>1</sup>RDWIJK**  
**HOREN ZIEN BEREIKEN**



Otis Emmen  
3282961  
30 juni 2017  
Masterthesis 15 ECTS  
Begeleider: C.P. Terlouw



# Summary

---

For the past 15 years the unique local political parties in the Netherlands have known an unprecedented rise in the local elections. Compared to the traditional political parties such as the VVD, CDA and D66, the unique local parties seem to grab more and more seats in the town councils with every election. This development appears to continue, but a real explanation is still missing because of the lack of research done on this specific topic.

The main goal of this thesis is to discover *to what extend there is a connection between the working methods and ideological characteristics of local parties, and election success*. Working methods can be defined as the way these local parties handle certain themes such as communication and dealing with local identity. Besides that this research fills a gap in the available knowledge concerning this topic, it also works reflective towards local parties themselves and even civilians can gain more insight in the workings of local politics.

The research has been conducted in four municipalities in Zuid-Holland. Within these municipalities a total of eleven local parties participated, both unique local parties and traditional parties. These parties were examined according to their party name, their political program and an interview with a representative member of each party. These interviews were set up in several topics, namely: perspectives of each party, their ideological profile, their handling of communication towards the voters and their relation with local identity. These topics were chosen because previous studies indicated that they could be used to compare the different kinds of local parties.

This thesis demonstrates that the working methods and chosen strategy of political parties can have an impact on election success. The results of this study show large differences between the working methods of both the unique local parties and the traditional parties, but no specific working methods used by unique local parties only were found. In general can be stated that local parties who are putting a lot of effort in their communication policy tend to receive relatively more votes during elections. The same can be said about some unique local parties who encourage the local identity of their village. A connection between election success and both communication and local identity seems to be plausible.

# Inhoudsopgave

---

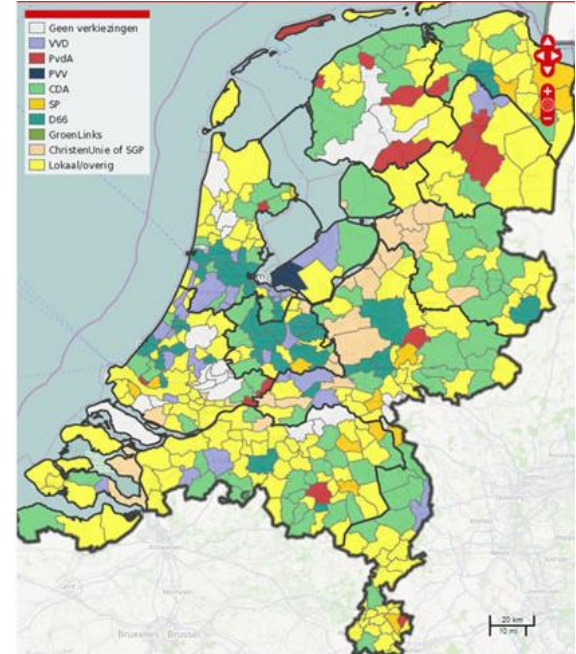
Inleiding	
Aanleiding onderzoek	4
Relevantie	5
Leeswijzer	5
Achtergrond lokale politieke partijen	
Positie van lokale partijen in Nederland	7
Hernieuwde opleving	8
Theoretisch kader	
Hoofdstuk 1: Oprichting en typologie van unieke lokale partijen	10
Hoofdstuk 2: Communicatie van lokale politieke partijen	17
Hoofdstuk 3: Lokale identiteit	23
Methodologie	
Onderzoeksvragen	28
Conceptueel model	29
Selectieprocedure	30
Gemeenteprofielen	31
Keuze voor partijen	36
Onderzoeksmethoden	36
Verwerking resultaten	37
Resultaten	
Hoofdstuk 1: Ideologie van lokale politieke partijen	38
Hoofdstuk 2: Communicatie- en campagnevoering	47
Hoofdstuk 3: Lokale identiteit	53
Hoofdstuk 4: Succes bij verkiezingen	58
Discussie & Conclusie	
Discussie	62
Conclusie	64
Reflectie	64
Implicaties en aanbevelingen	66
Literatuur	67
Bijlagen	71

# Inleiding

## Aanleiding onderzoek

Vlak na de gemeenteraadsverkiezingen in 2014 staan de kranten er vol mee. Koppen zoals “Lokale partijen scoren goed, landelijke partijen leveren in” en “lokale partijen snoepen zetels af” sieren de voorpagina’s. De lokale partijen scoorden in de vorige gemeenteraadsverkiezingen, net als in de jaren daarvoor, wederom goed. Waar vroeger alleen de grote landelijke lokale partijen de dienst uitmaakten lijkt nu steeds meer het besef te groeien voor lokaal belang. Er lijkt zich een duidelijke trend af te tekenen die terug kan worden gevoerd tot aan het eind van de vorige eeuw, volgens bestuurskundig onderzoeker Julien van Ostaaijen (2012). Hij constateert een geleidelijke groei in de populariteit van de lokale partijen in Nederland. Sinds de jaren '90 doen de lokale partijen weer serieus mee in de plaatselijke politiek, waarbij 2002 het omslagjaar was waarin deze partijen zich definitief op de kaart hebben gezet. Sindsdien is die groei niet meer gestopt. Sinds een aantal jaren bestaat ongeveer 30% van de gemeenteraden uit lokale partijen (Van Ditmars, 2016; Kiesraad, 2017). De gele vlakken in figuur 1 tonen aan waar lokale partijen de grootste waren in 2014.

Figuur 1: Grootste partij per gemeente in 2014



Bron: Nederland Lokaal (2014)

Een reden voor het groeiende aantal stemmen op unieke lokale partijen (lokale partijen zonder landelijke afdeling) kan een afnemend vertrouwen zijn in de lokale afdelingen van landelijke partijen. Dit zou kunnen komen omdat zij de lokale belangen niet voldoende behartigen (Van Ostaaijen, 2012). Ook heeft de ontzuiling van de Nederlandse samenleving nog altijd een nagalm in de politiek. In Nederland is de algemene tendens dat politieke partijen steeds minder leden hebben en dit aantal daalt al sinds het einde van de Tweede Wereldoorlog (Boogers, Lucardie & Voerman, 2007; Janssen & Korsten, 2003). In een uitzending van Nieuwsuur (9 juli 2016) werd bericht dat er momenteel slechts twee procent van de bevolking lid is van een politieke partij (NOS, 2016). Hierdoor is het merendeel van de bevolking inmiddels een ‘zwevende kiezer’, wat geldt zowel voor de nationale verkiezingen als voor de lokale verkiezingen. Men lijkt steeds meer te kiezen voor de partij met het beste verhaal op dat moment.

Iedere politieke partij verkondigt dat verhaal op zijn eigen manier. De cijfers wijzen uit dat lokale partijen meer succes hebben dan de landelijke partijen op lokaal niveau. De lokale partijen hanteren wellicht een andere werkwijze dan de landelijke partijen en raken daarmee de juiste snaar bij de kiezer. Naast een goed verhaal en de juiste communicatie speelt op lokaal niveau ook de factor lokale identiteit mee. De sterkte van die identiteit bepaalt de binding die men heeft met de directe woonomgeving (Boogers, Van Ostaaijen & Slagter, 2010). Lokale partijen zijn, zoals de naam zegt, veelal gericht op de eigen omgeving en gemeente, iets waar kiezers mogelijk achter staan.

Om het succes van de lokale partijen te verklaren is in deze thesis onderzoek gedaan naar de werkwijze van verschillende partijen op lokaal niveau. Het onderzoek richt zich onder meer op de verschillen tussen de unieke lokale partijen en de op lokaal niveau opererende landelijke partijen. Hierbij worden de partijen inhoudelijk vergeleken op de manier waarop zij kiezers proberen te bereiken, door middel van communicatie en campagnevoering. Daarnaast is gekeken naar de rol van lokale identiteit binnen gemeenten. Aangenomen wordt dat unieke lokale partijen hier anders mee omgaan dan landelijke lokale partijen. Het doel van deze thesis is dus de inhoudelijke werkwijze van lokale partijen in kaart te brengen en te kijken of dit, samen met het soort lokale partij (landelijk of uniek), een rol kan spelen bij het behalen van succes bij verkiezingen. De hoofdvraag is daarom als volgt geformuleerd:

*In hoeverre spelen de inhoudelijke werkwijze, en verschillen in partijsoort en ideologie van lokale partijen een rol bij het behalen van succes bij verkiezingen?*

Om de werkwijze van beide typen partijen in kaart te brengen worden alle partijen per thema geanalyseerd. Dit mondt uit in een aantal deelvragen die samen helpen de hoofdvraag te beantwoorden. Deze deelvragen zijn terug te vinden in het hoofdstuk 'Methodologie' en zijn daar verder toegelicht.

## **Relevantie**

Er zijn de afgelopen jaren onderzoeken geweest die eveneens het succes van lokale partijen probeerden te verklaren. Veel van die onderzoeken gingen uit van het perspectief van de kiezer en niet vanuit de partij. Ook waren er onderzoeken die waren gericht op de politieke trend van de laatste jaren. Zo concludeerde bestuurskundig onderzoeker Julien van Ostaaijen (2012) dat de politieke cultuur aan het veranderen is. Hij constateerde dat steeds meer lokale partijen zich zijn gaan afzetten tegen de gevestigde orde en hun onvrede uitten. Bovendien zag hij veel gelijkenissen tussen de manier waarop Pim Fortuyn zich aan het begin van deze eeuw in de politiek manifesteerde en hoe lokale partijen sinds 2002 politiek bedrijven. Heel specifiek is echter nog niet gekeken naar de werkwijze van politieke partijen en met name de verschillen daarin tussen lokale partijen en landelijke partijen op lokaal niveau. Een andere masterthesis richtte zich in 2008 op welke rol communicatie speelt bij succes van lokale politieke partijen, maar hierbij werd geen vergelijking getrokken met de lokaal opererende landelijke partijen (Van der Most, 2008). Die vergelijking wil dit onderzoek wel trekken en kijken in hoeverre lokale partijen anders te werk gaan en of dat hun groeiende populariteit zou kunnen verklaren. Dit onderzoek geldt daarom als aanvulling op de bestaande literatuur naar dit onderwerp en heeft daarmee een significante wetenschappelijke relevantie.

Naast dat het onderzoek wetenschappelijk relevant is, heeft het ook een maatschappelijke relevantie. Allereerst kan onderzoek naar de werkwijze van lokale politieke partijen interessant en nuttig zijn voor de partijen zelf. De resultaten afkomstig uit dit onderzoek kunnen dienen als een reflectie op de werkwijze van lokale politieke partijen. Door ook onderzoek te doen naar hoe lokale partijen omgaan met lokale identiteit in hun gemeente, kunnen inzichten worden verkregen over hoe om te gaan met lokale identiteiten en of deze een rol spelen in de lokale politiek. Daarnaast is het ook voor de burgers interessant om meer inzicht te krijgen in de werkwijze van politieke partijen. Op die manier zou er mogelijk meer binding kunnen ontstaan met de lokale politiek.

## **Leeswijzer**

Deze thesis is opgedeeld in een literatuuronderzoek en een veldonderzoek. Vanuit de literatuur wordt meer onderzoek gedaan naar de achtergrond van lokale politieke partijen en hoe zij zijn

georganiseerd. Ook wordt hierbij gebruik gemaakt van eerder onderzoek om de aard van lokale partijen beter te kunnen vatten.

Het theoretisch kader vormt in de thesis de literaire basis van het onderzoek. Dit theoretisch kader is opgebouwd uit drie hoofdstukken, voorafgegaan aan een achtergrondschets van lokale politieke partijen in Nederland. Het eerste hoofdstuk omschrijft vervolgens de kenmerken van unieke lokale politieke partijen en op welke punten ze zich onderscheiden van de landelijke politieke partijen op lokaal niveau. Het tweede hoofdstuk richt zich op de communicatie van lokale politieke partijen en hoe zij hun campagnes organiseren. Het derde en laatste hoofdstuk behandelt de rol van lokale identiteit.

Daarnaast is in vier gemeenten onderzoek gedaan onder lokale politieke partijen; zowel de unieke lokale partijen, als de landelijke lokale partijen. In het veldonderzoek is de werkwijze van deze partijen nader onderzocht en gekeken in hoeverre er een lijn te herkennen was tussen de verschillende lokale partijen.

# Achtergrond lokale politieke partijen

Lokale verkiezingen worden net als de nationale verkiezingen eens in de vier jaar gehouden. Bij de nationale verkiezingen stemmen kiezers op leden van een bepaalde partij, opdat zij een zetel kunnen verkrijgen in de Tweede Kamer. Deze leden vertegenwoordigen dan de stem van het volk op nationaal niveau. Op het lokale niveau werkt dit systeem hetzelfde, alleen wordt hierbij gestemd op leden van verschillende partijen die plaats zullen nemen in de gemeenteraad. Over het algemeen is voor de gemeenteraadsverkiezingen minder aandacht en is de opkomst lager dan voor landelijke verkiezingen (Trouw, 2014). Een kanttekening die gemaakt moet worden bij de lokale verkiezingen is dat er naast nationale partijen (VVD, PvdA, CDA etc.) ook lokale en dus unieke partijen deelnemen. In dit hoofdstuk wordt een overzicht gegeven van de ontwikkelingen van de unieke lokale politieke partijen over de jaren heen tot aan de huidige situatie waarin die lokale partijen zich bevinden.

## De positie van lokale partijen in Nederland

Bekeken vanaf het eind van de Tweede Wereldoorlog tot aan nu hebben de lokale partijen altijd een substantieel deel van de kiezers gehad. Tot halverwege de jaren '70 behaalden lokale partijen bij de gemeentelijke verkiezingen gemiddeld tussen de 20% en 25% van de stemmen (zie tabel 1). Dit gold overigens niet voor heel Nederland. Lokale partijen waren vooral aanwezig in kleinere gemeenten en de zuidelijke provincies Noord-Brabant, Limburg en Zeeland. De oorzaak van de dominantie van lokale partijen in de kleinere gemeenten lag aan de afwezigheid van de landelijke partijen in die gemeenten (Derksen, 2003; Janssen & Korsten, 2003). Vaak hadden de landelijke partijen niet voldoende leden om een lokale afdeling te vormen. Daarnaast hadden deze lokale partijen vaak banden met kerken en verenigingen binnen de gemeenschap waarin ze opereerden. Dit vergrootte de kans op succes bij de verkiezingen. In de zuidelijke provincies waren het de katholieke partijen die de dienst uitmaakten, en dan met name de Katholieke Volkspartij (KVP; is later opgegaan in het CDA). De andere landelijke partijen kregen hierdoor nauwelijks voet aan de grond in deze regio's of ondernamen geen poging zich te mengen in die gemeenten waar de KVP sterk was vertegenwoordigd (Janssen & Korsten, 2003; Krouwel, Koedam, van Heck & Pol, 2014).

Vanaf de jaren '70 nam het aandeel kiezers voor lokale partijen weer gedeeltelijk af (zie tabel 1). Hier waren verschillende redenen voor. Een van die redenen was de toenemende ontzuiling binnen Nederland die was ingezet in de jaren zestig (Boogers, Lucardi & Voerman, 2007). Dit had als gevolg dat met name de katholieke partijen aan aanhang verloren. Het aantal mensen dat lid werd van één van de landelijke partijen nam toe. Door deze ontwikkeling kregen de landelijke partijen in veel gemeenten steeds grotere afdelingen. Niet alleen werden de landelijke partijen groter, het aantal gemeenten werd ook kleiner dankzij de gemeentelijke herindelingen die op grote schaal optraden. Door de nieuwe indelingen bleven er ook minder kleine gemeenten over. In die kleine gemeenten waren lokale partijen in de jaren ervoor goed vertegenwoordigd, maar verloren nu kiezers aan de landelijke partijen.

Tabel 1: Percentage lokale lijsten periode 1946-1986

	1946	1949	1953	1958	1962	1966	1970	1974	1978	1982	1986
Lokale lijsten	21%	22%	21%	21%	22%	24%	26%	21%	17%	15%	15%

Bron: Van Tilburg & Tops (1990)

Een andere oorzaak die de dalende tendens van de lokale partijen kan verklaren is dat lokale verkiezingen zouden moeten gaan over lokale vraagstukken, terwijl de verkiezingen hier in praktijk niet door worden gedomineerd (Janssen & Korsten, 2003). Hoe het komt dat lokale verkiezingen niet alleen gericht zijn op vraagstukken in de eigen omgeving wordt door Van Tilburg (1993) verklaard aan de hand van drie constatering. De eerste constatering is dat tussen 1974 en 1990 het aantal lokale partijen relatief is afgenomen. Hierdoor ontstond er meer ruimte voor de nationale partijen op lokaal niveau en waardoor de keuze voor lokale partijen afnam. De lokale verkiezingen zijn hierdoor volgens Van Tilburg (1993) 'genationaliseerd'. Het tweede wat Van Tilburg constateerde is dat het succes van de nationale partijen op landelijk en lokaal niveau met elkaar verbonden is. Wanneer bijvoorbeeld de landelijke VVD het goed heeft gedaan in de verkiezingen, werkt dit door in de verkiezingen op lokaal niveau. Andersom geldt dit ook wanneer het slecht gaat met een nationale partij. De laatste constatering is dat uit onderzoek onder kiezers blijkt dat het grootste deel aangeeft zich minder bezig te houden met lokale politiek, dan met nationale politiek. De motieven om lokaal te stemmen wegen minder zwaar dan op het nationale niveau (Van Tilburg, 1993).

De genoemde constatering zijn afkomstig uit een inmiddels gedateerd onderzoek. Wel tonen ze aan wat er in de afgelopen jaren voor heeft gezorgd dat de lokale politiek en partijen in mindere mate gingen leven onder de mensen.

## Hernieuwde opleving

De achteruitgang van de unieke lokale partijen werd in de jaren '90 een halt toegeroepen. Het aantal lokale politieke partijen nam weer toe en ook werd er meer op lokale partijen gestemd. In onderstaande tabel is het percentage stemmen op unieke lokale partijen bij gemeenteraadsverkiezingen weergegeven. Hierin is te zien dat er sinds de jaren '90 weer meer aandacht is gekomen voor de lokale politieke partijen, waarbij het jaar 2002 het hoogtepunt vormde in deze omslag.

Tabel 2: Percentage unieke lokale partijen periode 1990-2006

	1990	1994	1998	2002	2006	2010	2014
Unieke lokale partijen	13%	18%	18%	26%	24%	24%	28%

Bron: Boogers, Lucardie & Voerman (2007), Kiesraad (2017)

Dit keer kwamen lokale partijen echter niet alleen op in kleinere gemeenten, zoals eerder wel het geval was, maar begonnen ook in toenemende mate op te komen in steden en grote gemeenten. Een van de oorzaken voor deze toename was dat kiezers steeds minder gebonden waren een vaste partij (Boogers, Lucardie & Voerman, 2007; Janssen & Korsten, 2003). Het aantal zwevende kiezers was groeiende. Dit heeft ervoor gezorgd dat unieke lokale partijen meer kansen kregen. Een andere factor die mee heeft gespeeld is dat men zich meer bewust werd van lokale en regionale kwesties die speelden in hun omgeving. Met de komst van regionale televisiezenders werd dit ook steeds makkelijker en sneller onder de aandacht gebracht. De laatste en belangrijkste factor waarmee de opkomst van de lokale partijen kan worden verklaard is de 'paradox van de lokale politiek' (Boogers, Lucardie & Voerman, 2007). Hieronder wordt verstaan dat succes van lokale politieke partijen hand in hand gaat met de afkeer tegen nationale partijen. Het succes van de Leefbaar-partijen in de tweede helft van de jaren '90 heeft een positieve invloed gehad op de hernieuwde populariteit van lokale partijen. Het bekendste voorbeeld is dat van Leefbaar Rotterdam toen Pim Fortuyn daar lijsttrekker was. Met Leefbaar Rotterdam behaalde hij de overwinning van de verkiezingen van 2002.



Het succes van Fortuyn lijkt voor een omslag te hebben gezorgd in de lokale politiek. Dit was mede te danken aan het nieuwe geluid dat Fortuyn liet horen, namelijk het afzetten tegen de gevestigde orde van de landelijke politiek (Van Ostaaijen, 2012). Lokale partijen kregen mede hierdoor meer stemmen dan voorheen. Ook bij de verkiezingen van 2006 behielden lokale partijen het merendeel van de zetels in de gemeenteraden (Boogers & Voerman 2010). Sindsdien zijn de lokale partijen weer op de kaart gezet en stijgt hun populariteit nog steeds (Van den Dool, 2014).

# Theoretisch kader

---

## Hoofdstuk 1: Oprichting en typologie van unieke lokale partijen

In het voorgaande hoofdstuk is de ontwikkeling van lokale politieke partijen besproken en de positie die ze innemen in politiek Nederland. In dit hoofdstuk wordt gekeken naar welke redenen er zijn bij het oprichten van unieke lokale partijen. Daarnaast wordt aan de hand van verschillende invalshoeken getracht een typologie aan te brengen onder unieke lokale partijen en hoe zij van elkaar verschillen.

### Oprichtingsmotieven van unieke lokale partijen

Lokale politieke partijen hebben in de afgelopen decennia altijd een rol gespeeld op het lokale politieke speelveld. De ene periode deden de lokale partijen het goed in de verkiezingen en andere perioden weer minder. Hoe populair de lokale partijen zijn, is afhankelijk van gebeurtenissen en vraagstukken die op dat moment spelen. Ook los van deze tendens hebben lokale partijen altijd bestaansrecht gehad en zijn er meerdere redenen en motieven geweest tot het oprichten van deze partijen.

Boogers en Voerman (2010) en Euser (2010) benoemen beiden de overkoepelende reden voor het opzetten van een unieke lokale partij, namelijk het onafhankelijk zijn van een nationale partij. Een unieke lokale partij is op deze manier in staat om zich op autonome wijze te richten op de plaatselijke problemen. Daar waar nationale partijen worden gestuurd vanuit de top van de partij zijn de unieke lokale partijen onafhankelijk. Ze hebben geen banden met de nationale politiek, waardoor ze zich kunnen beperken tot een enkele gemeente (Boogers & Voerman, 2010; Van Ostaijen, 2012). Dit heeft tot gevolg dat ze wensen van die specifieke gemeente of een deel van zijn bewoners kunnen behartigen. Een bijkomend voordeel van deze onafhankelijkheid is dat nationale trends en slechte publiciteit niet doorwerken op lokaal niveau, zoals dat bij nationale partijen wel het geval is (Janssen & Korsten, 2003). Een ander voordeel is dat leden en leiders van lokale partijen vaak dichter bij de burger staan dan hun nationale tegenhangers, en zo een beter gevoel hebben voor wat er in de gemeente of omgeving leeft (Boogers & Voerman, 2010). Daarnaast is de aanpak van lokale partijen meer concreet dan die van nationale partijen. Lokale partijen komen vaak met concrete voorbeelden in plaats van een abstract verhaal. Vervolgens kunnen ze dit vertalen naar een programma dat beter is afgestemd op de lokale situatie, dan dat van de nationale partijen.

Derksen (2003), Boogers en Voerman (2010) en Euser (2010) noemen verder een aantal meer specifieke oprichtingsmotieven die zij tegenkwamen in hun onderzoeken. Als eerste wordt het motief van onvrede genoemd, ofwel protest tegen de plannen van de lokale politiek in de huidige samenstelling. Als een unieke lokale partij wordt opgericht vanwege dit motief, dan is er meestal sprake van algemene onvrede met het bestaande beleid van de gemeente. Dit is een motief dat niet alleen op landelijk niveau geldt voor het oprichten van een nieuwe politieke partij (Boogers & Voerman, 2010). De onvrede ontstaat meestal uit het gevoel dat burgers niet serieus genoeg worden genomen door de overheid. Door een eigen partij op te richten kunnen deze burgers zich verenigen en opkomen voor diegenen die zich achtergesteld voelen.

Het tweede motief dat zowel door Derksen (2003), als Boogers en Voerman (2010), en Euser (2010) genoemd wordt, is het motief van ideologie. Als vanuit dit motief een unieke lokale partij wordt gestart, dan kan dit twee dingen inhouden. Allereerst valt onder dit motief het introduceren van een nieuwe ideologie die in de huidige gemeenteraad niet aanwezig was (Derksen, 2003), maar hieronder valt ook het juist niet geremd willen worden door een ideologische stroming die van bovenaf wordt opgelegd (Boogers & Voerman, 2010; Euser, 2010). Nationale partijen op lokaal niveau voeren beleid

uit dat vanuit hogere afdelingen wordt bepaald. Lokale partijen willen problemen bij de kern aanpakken en daarbij gebruik maken van gezond verstand in plaats van een ideologie (Boogers & Voerman, 2010). Unieke lokale partijen zonder ideologische stroming kunnen dus meer probleemoplossend te werk kunnen gaan dan een lokale afdeling van een landelijke partij of een unieke lokale partij die wel een ideologische stroming aanhangt.

Derksen (2003) en Euser (2010) onderscheiden tevens nog twee andere oprichtingsmotieven, namelijk de motieven van 'actie/belangen' en de 'kloof tussen de burger en de politiek'. Onder het motief van actie/belangen wordt een politieke partij opgericht om op te komen voor specifieke belangen van een bepaalde inwonersgroep of een bepaalde kwestie, bijvoorbeeld plannen van de gemeente waar burgers niet om hebben gevraagd. Als de gemeente geen rekening houdt met de inwoners van het lokale gebied, dan geeft dit wederom het idee genegeerd te worden. Met het oprichtingsmotief van de kloof tussen burger en politiek heeft het oprichten van de lokale partij als doel om klachten over de gemeentelijke dienstverlening en het onvermogen tot communiceren met de huidige politiek binnen de gemeente aan te pakken.

Als laatste onderscheidt Derksen (2003) nog een vijfde categorie, namelijk het idealisme en de lokale nostalgie. Mensen die onder dit motief een unieke lokale partij oprichten, doen dit vanwege bezorgdheid om gemeente als bestuurlijke eenheid en behoud van de gemeentelijke identiteit. Unieke lokale partijen met dit oprichtingsmotief zijn dus bang om hun identiteit te verliezen, door mogelijke fusering met andere gemeenten of door wet- en regelgeving vanuit de landelijke politiek.

Samenvattend gezegd kan men dus stellen dat in de besproken literatuur vijf categorieën van specifieke oprichtingsmotieven onderscheiden kunnen worden, namelijk: 'onvrede/protest tegenover het huidige bestuur', 'ideologie of het vrij zijn van ideologie', 'actie ondernemen tegen ongewenste plannen en belangen behartigen van burger', 'het dichten van kloof tussen de burger en de politiek' en 'idealisme en lokale nostalgie'.

### **Kritiek op unieke lokale partijen**

Ondanks de voordelen bij het oprichten van een lokale partij zijn er ook negatieve geluiden te horen over deze partijen. Het zijn de nationale partijen die een aantal gebreken constateren bij de lokale partijen. Zo is er volgens hen ten eerste een gebrek aan professionaliteit (Boogers, Lucardie, & Voerman, 2007; Boogers & Voerman, 2010). Ondanks hun sterke groei in de afgelopen jaren hebben lokale partijen veelvuldig moeite gehad om coalities te vormen met andere partijen. Hieruit blijkt volgens de nationale partijen dat lokale partijen niet professioneel genoeg te werk gaan. Een tweede nadeel van lokale partijen is dat zij door hun onafhankelijkheid een beperkt netwerk hebben en niet zoals nationale partijen kunnen terugvallen op de ervaring en kennis van de rest van de partij (Rijsberman, 2014). Een derde punt van kritiek is dat lokale partijen wordt verweten dat ze geen continuïteit hebben in hun beleidsplannen. Lokale partijen komen in sommige gevallen op voor een aantal zaken die zij anders willen zien, maar laten die dan weer varen bij een verloren verkiezingsstrijd of de partij valt zelfs uiteen. Dit gebrek aan standvastigheid van lokale partijen is niet bewezen, maar is een veel gehanteerd argument door nationale partijen (Boogers & Voerman, 2010). Een laatste nadeel heeft te maken met het lokale vizier dat lokale partijen hebben. Er spelen ook zaken op lokaal niveau die een blik vanaf een hoger schaalniveau vereisen. Het kan voor een gemeente van belang zijn om met andere gemeenten samen te werken om bepaalde regionale problemen aan te pakken. Lokale partijen wordt verweten dat zij deze verruimde blik niet hebben en zich puur richten op de eigen regio (Boogers, Lucardie, & Voerman, 2007; Boogers & Voerman, 2010).

### **Kenmerken en ideologie van lokale politieke partijen**

Hierboven zijn verschillende redenen van oprichting van unieke lokale politieke partijen besproken. Er is aan bod gekomen dat lokale partijen zich voornamelijk richten op lokale vraagstukken en dat ze zich afzetten tegen landelijke politiek. Hieronder worden andere kenmerken van unieke lokale

politieke partijen uiteengezet. Daarnaast wordt een methode besproken voor het onderscheiden van unieke lokale partijen op basis van hun verschillen in het ideologische profiel.

### **Typologie van unieke lokale partijen (ideologisch profiel)**

Lokale politieke partijen zijn niet zoals hun landelijke tegenhangers eenvoudig te plaatsen binnen het ideologische spectrum. Sterker nog, volgens Janssen en Korsten (2003) ontbreekt die ideologische invulling vaak bij unieke lokale partijen, omdat zij hier juist los van willen staan. Ook Van Ostaaijen (2012) komt tot deze conclusie. Hij stelt dat het spectrum van links naar rechts grotendeels niet opgaat voor unieke lokale partijen. Voor thema's als veiligheid nemen zij bijvoorbeeld rechtse standpunten in, maar voor sociale voorzieningen zijn ze weer links georiënteerd. Unieke lokale partijen kennen vooral een pragmatische en rationale aanpak in plaats van een ideologische.

Hoe zijn deze partijen dan van elkaar te onderscheiden? Dit is een vraagstuk dat al langer speelt, maar waar weinig onderzoek naar is verricht. Derksen (2003) deed begin deze eeuw een poging om de verschillen tussen de lokalen te duiden. Hij stelde vast dat dit hem niet was gelukt en dat de partijen meer overeenkomsten bezaten dan verschillen. Uiteindelijk concludeerde Derksen (2003) dat de enige manier waarop unieke lokale partijen getypeerd konden worden, aan de hand was van de verschillende oprichtingsmotieven. Deze kwamen in de vorige paragraaf aan bod.

Boogers, Lucardie en Voerman (2007) kwamen daarentegen wel met een specifieke methode om dit vraagstuk te onderzoeken. Zij stelden dat door middel van drie verschillende invalshoeken een ideologisch profiel van lokale partijen geschetst kon worden. De eerste van deze invalshoeken is de naamgeving van de partijen. De tweede bekijkt de partijprogramma's van de partijen. De derde invalshoek bekijkt de ideologische achtergrond vanuit de partijleiders- en leden zelf. Hieronder worden deze drie invalshoeken verder besproken en vergeleken met de besproken oprichtingsmotieven.

#### ***Invalshoek 1: Naamgeving***

De namen van landelijke politieke partijen zijn voor velen wel bekend, alsook het ideologische profiel dat daarbij hoort. Voor lokale partijen is het niet altijd duidelijk waar zij voor staan, wanneer wordt gekeken naar de partijnaam. Op basis van onderzoek onder lokale partijen door Boogers, Lucardie en Voerman (2007) blijkt dat er een categorisering kan worden gemaakt naar aanleiding van de partijnamen. Daarvan is hieronder een verdeling weergegeven in tabel 3. Ook in andere onderzoeken worden deze categorieën aangehaald. In het onderzoek van Van Ostaaijen (2012) wordt bijvoorbeeld gesproken over de persoonslijst van Pim Fortuyn en ook over de Leefbaar partij van Rotterdam.

*Tabel 3: Categorieën naamgeving bij lokale partijen*

<b>Type naamgeving</b>	<b>Omschrijving</b>	<b>Voorbeeld partijnaam</b>	<b>%*</b>
<i>Algemeen belang/gemeente belang</i>	In de partijnaam is vaak een verwijzing te vinden naar een algemeen belang of belangen van de gemeente waarin de partij is gehuisvest. Deze partijen staan voor het pragmatische doel dat lokale politiek zou moeten hebben en willen daarbij niet worden afgeleid door gesteggel tussen landelijke politieke partijen in het lokale bestuur.	Papendrechts Algemeen Belang	37,8%
<i>Onafhankelijke burgerpartijen</i>	Deze partijen lijken in grote lijnen op de partijen uit de voorgaande categorie, maar benadrukken in hun partijnaam meer hun onafhankelijkheid van de nationale politiek	Onafhankelijke Partij Zuidoost (Amsterdam)	10,8%
<i>Leefbaar-partijen</i>	Vaak afgeleid van de oorspronkelijke Leefbaar-partijen maar met hetzelfde gedachtegoed. Leefbaar-partijen	Leefbaar Utrecht	5,6%

	zetten zich vooral af tegen de afstandelijke wijze waarop bestaande partijen politiek voerden en die de leefbaarheid van hun gemeente zou aantasten <sup>1</sup> .		
<i>Dorpslijsten</i>	Partijen die in de meeste gevallen opkomen voor één dorp binnen de gemeente en in sommige gevallen meerdere dorpskernen.	Dorpslijst Druten	8,4%
<i>Ideologische partijen</i>	Partijen die in hun naam al aangeven welke ideologische standpunten ze vertegenwoordigen. Partijen uit deze categorie tonen de meeste gelijkheid met de landelijke partijen.	Arbeiderspartij Bunschoten	9,2%
<i>Ouderen- en jongerenpartijen</i>	Partijen die het opnemen voor een bepaalde leeftijdsgroep in de samenleving, zoals ouderen of jongeren. De ouderenpartijen kunnen gezien worden als de lokale 50+ partij. Er zijn ook gemeenten waar studenten een partij oprichten om hun leeftijdsgenoten te vertegenwoordigen.	Ouderen Combinatie Amstelveen	3,6%
<i>Persoonslijsten</i>	Partijen die genoemd zijn naar de lijsttrekker van de partij zelf. Dit zijn meestal bekenden binnen de lokale samenleving die deels op die naamsbekendheid leunen door zich zo te profileren. De namen van deze partijen bestaan vaak uit Lijst met daarachter de naam van de persoon. De doelstelling verschilt per partij.	Lijst Jan Hammink (Almelo)	4,4%
<i>Overige</i>	Partijen die niet kunnen worden ingedeeld bij één van de bovenstaande partijsoorten. Deze partijen hebben een naam die niet duidelijk verwijst naar hetgeen waar ze voor staan.	Beuningen Nu & Morgen	18,3%

\*Aandeel van het type partijen in het totale aantal lokale partijen

Bron: gebaseerd op Boogers, Lucardie & Voerman (2007)

De categorisering van partijen zoals weergegeven in tabel 3 laat zien dat er een grote diversiteit bestaat onder de naamgeving van unieke lokale partijen. In de percentagekolom staat weergegeven hoe vaak Boogers, Lucardie en Voerman (2007) deze partijen vonden in hun onderzoek. De 'algemeen belang/gemeentebelang' categorie komt van deze categorieën het vaakst voor onder lokale partijen (37,8%) en de persoonslijsten categorie het minst vaak (4,4%). In de kolom 'omschrijving' staan de doelstellingen van de partijcategorieën. Bij nadere inspectie lijken veel van de partijcategorieën die door Boogers, Lucardie en Voerman (2007) zijn gevonden, herleid te kunnen worden naar de eerder besproken oprichtingsmotieven van Derksen (2003), Boogers en Voerman (2010) en Euser (2010). Zo hebben ouderen- en jongerenpartijen en dorpslijsten als oprichtingsmotief gemeen dat ze opkomen en actie voeren voor bepaalde belangen van groepen of dorpskernen. Leefbaar-partijen zijn opgericht uit het motief van onvrede met het huidige bestuur. Deze koppeling wordt ook gemaakt in het onderzoek van Boogers, Ostaaijen en Slagter (2010). Op die manier zijn alle genoemde partijen in tabel 3 terug te brengen naar één of meerdere oprichtingsmotieven.

Op basis van alleen de naamgeving van partijen is het onvoldoende mogelijk om een duidelijk afgebakende typologie te maken. Om de typologie verder af te bakenen kan deze eerste invalshoek van naamgeving aangevuld worden met de tweede invalshoek.

<sup>1</sup> Uit Van Ostaaijen (2012)

## ***Invalshoek 2: Partijprogramma's***

Een tweede invalshoek die gebruikt kan worden bij het bepalen van het ideologische profiel van een lokale partij is het partijprogramma. Door het partijprogramma te analyseren is te achterhalen waar deze partijen voor staan en hoe zij dit naar de kiezer overbrengen. Ondanks dat het verkiezingsprogramma van lokale partijen minder uitgebreid is dan van de nationale partijen, presenteren de meeste lokale partijen wel hun standpunten op lokale vraagstukken. Onderzoek naar een partijprofiel door middel van een analyse van partijprogramma's is tot op heden weinig uitgevoerd, volgens Van der Voorde (2014). Hij maakt in zijn onderzoek naar ideologische gelijkenissen tussen Vlaamse partijen gebruik van een codeerschema opgesteld door Budge, Robertson en Hearl (1987), waarvan hij stelt dat het een van de weinige kwantitatieve methodes is bij partijprogramma-analyses. In het codeerschema staan in de linker kolom verschillende onderwerpen zoals onderwijs, sociaal beleid en wonen en in de rechter kolom geturfd het aantal woorden uit het verkiezingsprogramma dat onder die onderwerpen kan worden geschaard. Op die manier kan een partijprogramma ideologisch worden ingedeeld. Van der Voorde (2014) concludeert echter dat een dergelijk codeerschema alleen bruikbaar is als deze is afgestemd op het land en de situatie (lokaal of nationaal) waarin het wordt toegepast.

In het onderzoek van Boogers, Lucardie en Voerman (2007) zijn de partijprogramma's van verschillende lokale partijen binnen Nederland geanalyseerd. Deze analyse werd gedaan op basis van een viertal dimensies. Deze dimensies vormen als het ware tegenstellingen en zijn in tabel 4 weergegeven. Dit betreft, in tegenstelling tot het hierboven besproken codeerschema, een meer kwalitatieve kijk op partijprogramma's.

*Tabel 4: Partijprogramma's ingedeeld op basis van vier dimensies*

1.	Sociaal-economisch links (overheidsingrijpen)	Vs.	Sociaal-economisch rechts (marktwerking)
2.	Cultureel conservatief (terughoudend beleid)	Vs.	Cultureel progressief (tolerant beleid)
3.	Lokale betrokkenheid (inspraak burgers)	Vs.	Gericht op bestuur (nadruk op efficiëntie)
4.	Groen (milieuvriendelijke doeleinden)	Vs.	Groei (economische doeleinden)

*Gebaseerd op: Boogers, Lucardie & Voerman (2007)*

Door de programma's van de verschillende partijen in te delen op de schaal van de bovenstaande dimensies wordt een beeld gevormd waar elke partij zich op het ideologische spectrum bevindt. Uit het onderzoek bleek dat geen van de partijen zich uitsluitend binnen een deel van deze dimensies bevond, omdat bepaalde dimensies zoals sociaal links en groen vaak hand in hand gaan. Toch was het door middel van deze dimensies mogelijk om uiteindelijk een aantal typen partijprogramma's te herkennen. Deze programma's zijn hieronder uiteengezet in tabel 5.

*Tabel 5: Omschrijving en plaatsing van verschillende soorten partijprogramma's.*

<b>Soort programma</b>	<b>Programma-omschrijving</b>	<b>Plaats op schaal dimensies</b>
Lokalistische programma's	Standpunten in deze programma's komen vooral op voor het lokale algemene belang. Ook pleiten deze programma's voor eenheid binnen hun gemeenschap.	Hun ideologische standpunten komen in het partijprogramma niet duidelijk naar voren en zijn daarom moeilijk te plaatsen op de gebruikte dimensies.

Programma's belangenpartijen	Programma's van deze partijen hebben vaak standpunten met betrekking tot de doelgroep die ze vertegenwoordigen.	Ideologische standpunten van deze partijen staan op de schaal vaak op progressief en groen. Andere programma's van deze partijen zijn juist meer gericht op groei en bevinden zich meer rechts op het politieke spectrum. Ook zijn er programma's die conservatief en links zijn.
Populistische programma's	In deze programma's zijn vaak standpunten te vinden die zich afzetten tegen projecten of ontwikkelingen van het huidige bestuur.	Deze programma's zijn moeilijk te plaatsen op de sociaal-economische dimensie van links naar rechts. Beide extremen komen voor.
Ideologische programma's	Partijen met dit soort programma's zijn vaak heel duidelijk in waar ze voor staan. Combinaties in de gebruikte dimensies kwamen in deze programma's veelvuldig voor.	Bij deze programma's komen vaak meerdere dimensies samen voor. Vaak zijn de links georiënteerde partijen progressief en staan voor groen, terwijl de rechtse partijen meer conservatief zijn en op groei gericht zijn.

*Gebaseerd op: Boogers, Lucardie & Voerman (2007)*

Een categorisering van de partijprogramma's brengt het plaatsen van lokale partijen binnen het ideologische spectrum weer een stap dichterbij. Desondanks is op basis van alleen partijprogramma's nog te weinig duiding te geven aan waar sommige partijen voor staan en met welke ideologie ze dat doen. Met behulp van een derde invalshoek wordt de karakterisering van de lokale partijen wellicht nog duidelijker in kaart gebracht.

### ***Invalshoek 3: Doelstellingen volgens lokale partijen zelf***

Om achter de ideologische achtergrond van een partij te komen is het ook mogelijk om vertegenwoordigers van die partij er direct naar te vragen. De ene lokale partij bestaat langer dan de andere en iedere partij is opgericht om zijn eigen redenen. Mogelijk zijn de motieven die belangrijk waren ten tijden van de oprichting van de partij meer of minder belangrijk zijn dan nu (Derksen, 2003). Dit kan komen doordat het beleid van het partijbestuur in de loop der tijd is veranderd.

De onderwerpen die bij het onderzoek van Boogers, Lucardie en Voerman (2007) de revue passeerden waren oprichtingsmotieven, doelstellingen en reputatie. Ook werd gevraagd waar partijen zichzelf ideologisch gezien plaatsen. Het bleek dat tegenwoordig de doelstellingen van een partij nog steeds grotendeels samenhangen met de oprichtingsmotieven. Door naar de doelstellingen te kijken komt nog duidelijker naar voren waar een partij voor opkomt. De meest voorkomende doelstellingen bij lokale partijen zijn: behoud van karakter gemeente, opkomen voor belangen van een bepaalde doelgroep, een goed bestuur van de gemeente en het dichten van de kloof tussen de burger en de politiek. In een eerder onderzoek door Derksen (2003) kwam nagenoeg dezelfde rangorde van doelstellingen onder unieke lokale partijen voor.

Uit deze gevonden doelstellingen blijken telkens drie typen partijen terug te komen:

- **Lokalistische partijen:** Deze partijen komen vooral op voor de kwaliteit van het algemene bestuur en het karakter van de gemeente. Dit zijn partijen die vaak al langer meegaan en zij zijn de meest voorkomende partijsoort. Ongeveer de helft van alle lokale partijen valt hieronder.

- **Protestpartijen:** Dit zijn partijen die zich voornamelijk verzetten tegen het huidige bestuur van hun gemeente en in het specifiek tegen bepaalde plannen die op de agenda staan. Ongeveer een vierde van alle lokale partijen zijn te scharen onder de protestpartijen. Een voorbeeld hiervan zijn de Leefbaar-partijen.
- **Belangenpartijen:** Deze partijen komen op voor de belangen van bepaalde groeperingen in de samenleving, zoals ouderen of studenten. Ook deze partijen zijn al wat ouder en vormen ongeveer een kwart van het totale aantal partijen.

Door middel van de drie invalshoeken is een bepaalde typologie van partijen aan het licht gekomen en waar deze partijen voor staan. Het aantal typen partijen is teruggebracht tot een hoofdstroom van drie soorten partijen. Deze indeling van partijen geeft meer inzicht in waar de unieke lokale politieke partijen voor staan en waar ze zich mee bezig houden. Los van deze driedeling verschillen unieke lokale politieke partijen onderling ook van elkaar. Als deze partijen wordt gevraagd waar ze zichzelf zien op het ideologische link-rechts spectrum dan willen de meesten zich hier niet op positioneren (Boogers, Lucardie & Voerman, 2007). Vermoedelijk is dat omdat ze normaliter moeilijk te vergelijken zijn met de al bestaande politieke partijen en zich hier juist van willen onderscheiden. De partijen die zich wel een plek geven op de links-rechts ladder, geven aan dat ze zich vooral in het centrum bevinden met een lichte neiging naar links. Rechts vormt maar een klein deel van deze lokale partijen.

Het ideologische profiel dat in deze paragraaf is getracht te schetsen aan de hand van verschillende onderzoeken, is dus deels geslaagd, maar deels nog ongrijpbaar. De diversiteit onder lokale partijen is groot en de meeste willen zichzelf geen stempel geven. Het merendeel van de partijen is pragmatisch en gericht op bestuur en houdt zich minder bezig met het aanmeten van een ideologisch profiel.



## Hoofdstuk 2: Communicatie van lokale politieke partijen

In het voorgaande hoofdstuk is besproken hoe lokale politieke partijen zijn opgekomen en waar ze staan wat betreft ideologie. In dit hoofdstuk staat de communicatie van lokale partijen met de kiezer centraal. Om een beter beeld te krijgen van hoe het contact tussen lokale politieke partijen en de burger verloopt zijn in dit hoofdstuk een aantal aspecten van communicatievoering uiteengezet. Eerst wordt de ontwikkeling van de politieke communicatie besproken, waarin de veranderende houdingen tussen politiek, media en publiek worden aangetoond. Daarna wordt de verkiezingscampagne van lokale partijen besproken en alle daarbij horende communicatiemiddelen. Tot slot komt aan bod hoe partijen kiezers aan zich proberen te binden en welke redenen kiezers hebben om te stemmen.

### Politieke communicatie theorie

De organisatie en communicatie van politieke partijen is de afgelopen decennia sterk veranderd. Jaren geleden waren politieke partijen grote organisaties met veel leden. De partijen communiceerden voornamelijk van bovenaf (top-down) via de media met hun achterban en kiezers. Op die manier probeerden zij hun leden te mobiliseren en nieuwe kiezers aan te boren (Van Praag & Brants, 2014). Die traditionele manier van communiceren via de media is tegenwoordig haast niet meer terug te vinden. Hier zijn twee verschillende oorzaken voor te vinden. Ten eerste is de rolverdeling tussen politieke partijen, media en publiek veranderd (Brants & Voltmer, 2011, Vliegenthart, 2014). Tot ongeveer de jaren '60 waren media (kranten en omroepen) vaak nog gelieerd aan een bepaalde partij vanwege de verzuiling van de maatschappij. De partijen dicteerden als het ware het publieke debat en dit werd de politieke logica genoemd (Van Praag & Brants, 2014). Deze driehoeksverhouding tussen politiek, media en publiek is weergegeven in figuur 2.

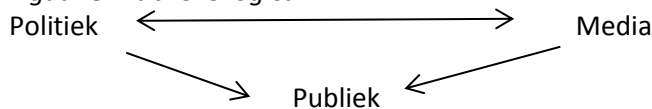
*Figuur 2: Politieke logica*



Gebaseerd op: Van Praag en Brants (2014)

Na de ontzuiling van de maatschappij kwamen de media meer los te staan van de politiek en waren niet meer zo volgzzaam als voorheen. De media begonnen te functioneren als een op zichzelf staand orgaan en bepaalde vanaf nu zelf welk nieuws het publiek zou bereiken. In deze tijd werd de politieke logica vervangen door wat men de publieke logica noemt (Van Praag & Brants, 2014). De verhoudingen lagen rond de jaren '80 zoals geschetst in figuur 3.

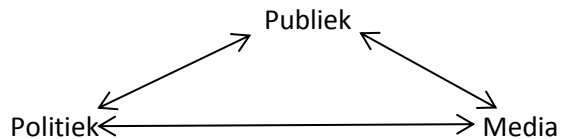
*Figuur 3: Publieke logica*



Gebaseerd op: Van Praag en Brants (2014)

Na de jaren '80 bleven de veranderingen tussen politiek, media en publiek aanhouden. De ontzuiling zette door en de partijloyaliteit onder de bevolking werd geleidelijk minder. Ook de media veranderde met de komst van commerciële televisie en de daardoor toegenomen onderlinge concurrentie. Hierdoor veranderde ook de publieke logica in de medialogica (Van Praag & Brants, 2014). De politieke informatievoorziening werd niet langer gestuurd door het aanbod, dus de politiek/media, maar door de vraag, namelijk de burger. Op die manier is de macht komen te liggen bij het publiek en zijn de politiek en de media de toeschouwende partij (Adriaansen & Van Praag, 2010). Een zogenaamde decentralisatie trad op binnen de politieke communicatie. De verhoudingen werden zoals in figuur 4 is te zien en die verhoudingen zijn sindsdien niet meer veranderd.

Figuur 4: Medialogica



Gebaseerd op: Van Praag en Brants (2014)

De grote veranderingen in de verhoudingen tussen politiek, media en publiek brengen gevolgen met zich mee voor het communiceren door politieke partijen. Dit proces wordt ook wel de **mediatisering** van de politiek genoemd, waardoor partijen zich telkens moeten beraden hoe zij hun boodschap het best kunnen overbrengen naar de burger (Brants & Voltmer, 2011).

Communicatie met de kiezer is tegenwoordig dus van groot belang omdat de kiezer een machtige positie heeft verworven in de zojuist besproken driehoeksverhouding. De kiezer wil continue op de hoogte gehouden worden, waardoor politieke partijen doorlopend zullen moeten communiceren met het publiek om dat contact niet uit het oog te verliezen (Brants & Voltmer, 2011). Het is dus van belang om communicatie op de agenda te hebben staan binnen de partij. De verkiezingscampagne is bij uitstek een vorm van contact zoeken met de kiezer en wordt besproken in de volgende paragraaf.

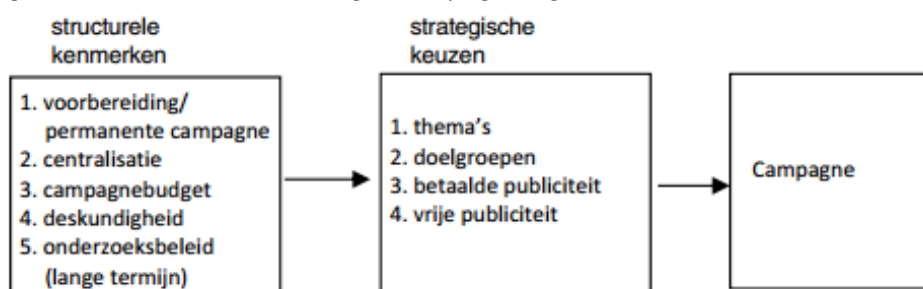
## Verkiezingscampagne

De verkiezingscampagne is de drukste tijd voor politieke partijen in het algemeen, maar ook op lokale schaal. In aanloop naar de verkiezingen doen partijen er alles aan om kiezers aan zich te binden. Deze paragraaf bespreekt hoe politieke partijen tegenwoordig een campagne organiseren en op welke manieren ze contact maken met de kiezers. Daarnaast wordt een beschrijving gegeven van de communicatiemiddelen die zij hierbij gebruiken. Ook wordt de rol van de media besproken.

## Model van hedendaagse campagneorganisatie

Zoals in de vorige paragraaf beschreven is, zijn de verhoudingen tussen politiek, media en publiek anders komen te liggen. Dit heeft zijn uitwerking op de manier waarop politieke partijen campagne voeren. Zo wordt er sinds de verhoudingen van de medialogica ingezet op een professionelere campagnevoering dan vroeger het geval was, waarvan een model door Van Praag en Walter (2014) is weergegeven in figuur 5. In dit model is te zien dat er voorafgaand aan de campagne structurele kenmerken aanwezig zijn, maar er ook een aantal strategische keuzes worden gemaakt. De structurele kenmerken houden in dat er in veel gevallen permanent campagne gevoerd wordt en dus niet alleen in verkiezingstijd. Ook zijn de campagnes vaak heel centraal georganiseerd, vanuit één campagneleider/team die delegeert door alle geledingen van de partij. Daarnaast wordt er, voor zover mogelijk, ook een groter budget gereserveerd voor het voeren van campagne. Op lokale schaal hebben de landelijke politieke partijen hier ook voordeel van ten opzichte van unieke lokale partijen, vanwege hun connecties met de landelijke partij. Tot slot wordt er meer deskundigheid van buiten de partij wordt ingeschakeld in de vorm van experts, spindoctoren en onderzoekers (Van Praag & Walter, 2014).

Figuur 5: Model van hedendaagse campagneorganisatie



Bron: Van Praag & Walter, 2014

Partijen maken tegenwoordig ook doelbewust strategische keuzes. Vooraf, maar ook tijdens de campagne proberen partijen zoveel mogelijk een consistente boodschap uit te dragen door in te zetten op bepaalde thema's en doelgroepen en het daarmee creëren van een 'Unique Selling Point' (Van Praag & Walter, 2014). Daarnaast willen politieke partijen zoveel mogelijk de berichtgeving sturen door middel van betaalde publiciteit in kranten, op tv en via internet, al is dat maar beperkt mogelijk. Door technologische ontwikkelingen gaat het nieuws namelijk steeds sneller met de komst van onder andere sociale media, waar later nog op zal worden teruggekomen. Uiteindelijk komt het model terecht bij de daadwerkelijke campagne. Deze staat grotendeels in het teken van het communiceren met de kiezer. Welke methoden en middelen hier voor zijn, is beschreven in de volgende paragraaf.

### **Rol van de media bij verkiezingen**

Een belangrijke rol ten tijde van de campagnevoering wordt vervuld door de media. Zij vormen een schakel tussen de politieke partijen en de potentiële kiezers. De trend van de laatste jaren laat zien dat de media, en dan de regionale media in het bijzonder, steeds minder aandacht hebben voor de lokale verkiezingen (Van Ostaaijen, 2014). En dat terwijl politieke partijen en media van elkaar kunnen profiteren. Politieke partijen krijgen de aandacht die ze graag willen en media verdienen aan de verkiezingen in de vorm van advertenties. Het voordeel bij lokale verkiezingen en lokale media is dat men elkaar goed kent (Van Ostaaijen, 2014). Deze connecties kunnen ervoor zorgen dat verhalen makkelijker en sneller in de media verschijnen en dat de politici benaderbaar zijn. Wanneer bepaalde journalisten en politici echter niet goed overweg kunnen, kan dat juist nadelig zijn voor beide partijen.

### **Toegepaste middelen bij campagnevoering**

Om de kiezer aan zich te binden zoeken politieke partijen tijdens de verkiezingscampagne op allerlei manieren contact. Dit doen ze via traditionele methoden, maar ook via nieuwe methoden. Volgens Vliegenthart (2014) is bij het gebruiken van deze methoden tegenwoordig een gepersonaliseerde boodschap van groot belang. Nu een steeds groter deel van de bevolking zwevende kiezers is, zoeken mensen niet langer naar een partij, maar naar een leider met charisma. Ook is het van belang om te weten wat er in de samenleving speelt. Door de afstand met de burger te verkleinen en wordt de kans vergroot dat mensen zich kunnen identificeren met de politieke standpunten van een partij.

### **Traditionele methoden**

Een aantal communicatiemethoden wordt al jarenlang gebruikt door politieke partijen. Via mond-tot-mond komen partijen veel te weten over de problemen waar burgers tegenaan lopen. Een ander hulpmiddel hierbij is een partijwebsite waar veel informatie over de ideeën en plannen van de partij op vermeld staat. Afhankelijk van het soort partij (lokalistisch, protest of belang) worden ook werkbezoeken gedaan, waarbij vooral gesproken wordt met maatschappelijke organisaties. Een laatste methode is nog de informatiebijeenkomsten die gehouden worden waar burgers aan deel kunnen nemen. Vaak is hierbij ook inspraak mogelijk (Van Ostaaijen, 2014).

Bovenstaande communicatiemethoden worden door politieke partijen het hele jaar door gebruikt, maar in aanloop naar de verkiezingen wordt die communicatie vaak intensiever (Van Ostaaijen, Epskamp & Dols, 2016). Tijdens de campagne worden verschillende communicatiemiddelen gebruikt om de kiezer te bereiken. De doorgaans gebruikte activiteiten die de actieve leden van een partij ondernemen zijn het verspreiden van gedrukte media, het houden van debatten en het één op één contact leggen met de burger (Van Ostaaijen, 2014). De gedrukte media zijn meestal folders en flyers die worden uitgedeeld op straat. Wat ook gedaan wordt, is het plaatsen van politieke artikelen in lokale kranten en bladen. Daarnaast zijn er de verkiezingsdebatten die in toenemende mate voorkomen, waarbij kiezers aanwezig kunnen zijn. Daarbij worden kiezers verleid met het uitdelen van allerhande spullen met partijlogo's erop en een persoonlijk praatje.

Campagneactiviteiten worden niet alleen door de partijen zelf georganiseerd, maar ook gedeeltelijk in samenwerking met andere partijen en het gemeentebestuur. Dit blijkt uit verschillende communicatieplannen van gemeenten in heel Nederland (Besten, 2013; Gemeente Den Helder, 2010; Gemeente Leusden, 2014). Door de drempel naar de stembus te verlagen trachten zij een zo hoog mogelijke opkomst te realiseren.

### **Nieuwe methoden en strategieën**

Naast de gebruikelijke methodes proberen partijen ook nieuwe strategieën uit. Zo zijn er sinds kort partijen die zich tijdelijk vestigen in een pand en vanuit daar hun kiezer willen informeren, als zijnde een soort thuisbasis (Van Ostaaijen, 2014). Wat eveneens door steeds meer partijen wordt gedaan is een analyse maken van het stemgedrag (Van Ostaaijen, 2014). Aan de hand van deze analyse kunnen de partijen hun activiteiten en inhoud beter afstemmen op hun potentiële kiezer. Met behulp van bijvoorbeeld een enquête onder bewoners kan worden achterhaald welk soort mensen hun gedachtegoed delen en waar zij wonen. Op die manier is hun campagne effectiever en is de kans op succes groter.

Een ontwikkeling van de laatste jaren is de opkomst van de digitale en sociale media. Het is een nieuwe manier om in contact te komen met burgers en nieuwe kiezers te bereiken. Vooral Twitter, Facebook en YouTube zijn veelgebruikte sociale media om mee te communiceren (Spierings & Jacobs, 2014). Door politieke partijen wordt aangenomen dat op deze manier de burger wel bereikt kan worden (Van Ostaaijen, 2014). De communicatie op straat verloopt steeds moeizamer en de politici zien sociale media dus als een mogelijkheid om het gat tussen partij en burger te verkleinen.

Er zijn een aantal voordelen van sociale media ten opzichte van de oude media. Allereerst is de afstand tussen politicus en burger vele malen kleiner dankzij het internet (Spierings & Jacobs, 2014). Met een druk op de knop is er al contact mogelijk. Ook is door middel van sociale en digitale media de mening van het volk ook beter te peilen. Door het aantal 'likes' bij te houden die een partij krijgt is het mogelijk de populariteit te meten (Spierings & Jacobs, 2014). Een ander voordeel van sociale media is dat partijen zelf de media kunnen controleren. Waar ze bij kranten en folders niet in kunnen zien in hoeverre ze de burger bereiken, kunnen ze dit met sociale media wel bijhouden. Tot slot zijn sociale media in principe gratis te gebruiken en is het bereik ervan groot, aangezien het grootste deel van Nederland op het internet is aangesloten en het ook actief gebruikt (Spierings & Jacobs, 2014). De meeste partijen geven aan mee te gaan in deze nieuwe vorm van media, maar zullen daarnaast de 'fysieke' campagne niet te laten varen (Van Ostaaijen, 2014). Sociale media worden gezien als een aanvulling op de algehele campagne.

### **Noodzakelijk kwaad**

Uit onderzoek blijkt dat veel ondervraagde partijen de campagne zien als een noodzakelijk kwaad. De meest voorkomende reden hiervoor is het gebrek aan animo van onder de burgers voor het bijwonen van debatten (Van Ostaaijen, 2014). Daarnaast blijkt dat het verspreiden van folders op straat ook weinig interesse wekt voor de verkiezingen. Partijen willen het liefst direct en persoonlijk in contact komen met de burger. Dit is wat de burger ook het liefst wil (Jacobs & Van Ostaaijen, 2017). Toch doen de meeste partijen wel aan het voeren van campagne om in ieder geval zichtbaar te zijn voor de burger. Door niet mee te doen valt een partij juist op door afwezigheid.

### **De kiezer**

Het binnenhalen van kiezers is het belangrijkste tijdens een verkiezingscampagne. Er zijn een aantal zaken waar rekening mee gehouden moet worden. Als eerst is het van belang iets te weten te komen over hoe de kiezer bereikt kan worden; dit wordt hieronder besproken aan de hand van functies van partijen. Daarnaast is het van belang te achterhalen wat kiezers willen.

## **Functies van partijen**

In de literatuur wordt een drietal organisatorische functies onderscheiden die alle lokale politieke partijen delen. Deze functies hebben invloed op waarom kiezers op een bepaalde partij stemmen. Allereerst wordt de **programmatische of integratiefunctie** onderscheiden: dit gaat voornamelijk over de ideologie en de doelstellingen van een partij, zoals zij uiteindelijk vorm krijgen in een partijprogramma (Boogers, Lucardie & Voerman, 2007; Korsten, z.d.; Koole, 2000). Een tweede functie die zij onderscheiden is de **kandidaatstellings- of rekruteringsfunctie**: hierbij gaat het over leden van de partij die worden verkozen om bepaalde rollen en verantwoordelijkheden aan te nemen binnen de partij en de verkiezingscampagne (Boogers, Lucardie & Voerman, 2007; Korsten, z.d.; Koole, 2000). Campagneleiders en lijsttrekkers vervullen een belangrijke rol als gezicht van de campagne (Derksen, 2014). Als laatste wordt de **mobilisatiefunctie** onderscheiden (Boogers, Lucardie & Voerman, 2007; Koole, 2000). Deze functie heeft als doel om stemmen te vergaren en om leden te werven voor de partij. Hoe een politieke partij invulling geeft aan deze functies verschilt van partij tot partij. Dit heeft te maken met de oorsprong van de partij en hoe deze geworteld is in de (lokale) maatschappij. Mede hierop is de organisatie van een partij ingericht en hieruit blijken ook de sociale en politieke kenmerken van de bijbehorende leden, dan wel kiezers. Kiezers stemmen namelijk op een partij waarmee zij zich associëren.

Er is overigens wel een verschil over hoe de verschillende partijen op lokaal niveau stemmen op hun partij interpreteren. Er bestaan twee soorten opvattingen over de rol van volksvertegenwoordiger onder politici (Van Ditmars, 2016). De een wordt een 'delegate' genoemd, wat inhoudt dat stem van de kiezer belangrijker wordt gevonden dan de partij. Een andere rol is die van de 'trustee'. Hierbij ziet de volksvertegenwoordiger een stem als vertrouwen dat wordt geplaatst in zijn persoon, waardoor hij zijn rol kan invullen zoals hij denkt dat goed is.

## **Kiezersgedrag**

Om als partij stemmen binnen te halen is het van belang te weten wat de kiezer beweegt. Zo zijn er verschillende motieven voor een kiezer om te gaan stemmen. Voorheen werden kiezers vooral bewogen om te gaan stemmen uit loyaliteit naar hun partij en omdat zij het als een plicht zagen om te gaan stemmen (Euser, 2010). Tegenwoordig stemt de kiezer om meer uiteenlopende redenen. Uit een onderzoek van I&O Research kwam naar voren dat het grootste deel (78%) van de kiezers beleidsinhoudelijk stemt (Van Wijnen, 2012). Ongeveer een derde stemt als eerste reden strategisch, zodat andere partijen niet te veel macht krijgen. Een ander groot deel (32%) van de mensen stemt in de eerste plaats op een partij vanwege de lijsttrekker.

Volgens de 'Public Choice Theory', wat een economische kijk is op politiek, is het bijzonder dat burgers überhaupt stemmen (Pennington, 2000). Stemmen zou te weinig lonen voor de moeite die ze moeten doen om een weloverwogen en rationale keuze te maken. De theorie stelt echter ook dat burgers bewust zijn dat hun stem maar weinig invloed heeft op de uiteindelijke verkiezingsuitslag (Dunleavy, 1991). Toch stemmen ze als een manier om zichzelf te kunnen uiten om zich daar zelf beter door te voelen, wat 'expressive voting' wordt genoemd in de literatuur (Mackie, 2011). Uiteindelijk stelt de Public Choice Theory dat mensen altijd vanuit een eigen (economisch) belang stemmen, maar in sommige gevallen ook stemmen ter verbetering van de (lokale) samenleving.

Als kiezers dan uiteindelijk stemmen hebben zij ook voorkeuren voor welke beleidsterreinen de meeste aandacht krijgen. De onderwerpen die kiezers bij de laatste lokale verkiezingen in 2014 het belangrijkste vonden lagen over het algemeen in het kader van gezondheid en welzijn (TNS Nipo, 2014). Op de tweede plaats was dat de werkgelegenheid en op de derde plaats stond veiligheid. Op de zorg en gemeentelijke voorzieningen mag volgens de meeste kiezers niet bezuinigd worden, in tegenstelling tot kunst en cultuur. Een ander onderzoek laat zien dat de belangrijkste problemen op lokaal niveau volgens burgers te maken hebben met verkeer en de leefomgeving, maar ook met politiek en bestuur (Van der Waal & Steenvoorden, 2016). Daarnaast blijkt uit het zelfde onderzoek

dat de meeste mensen die stemmen bij gemeenteraadsverkiezingen gemiddeld ouder zijn, hoger opgeleid zijn en bovenmodaal verdienen. Opvallend daarbij is dat de populatie die op unieke lokale partijen stemt vaak lager opgeleid en minder bedeed is. Ook hebben zij een bovenmatige interesse in lokale politiek, wonen zij al lange tijd in de gemeente (>20 jaar) en zijn hebben weinig vertrouwen in landelijke politiek (Steenvoorden & Van der Waal, 2016). De wijze waarop de politiek de kiezers informeert is essentieel voor de manier waarop er tegen bepaalde onderwerpen wordt aangekeken. Zo bleek dat de mate van steun die politieke partijen ontvingen voor een aantal gevoelige onderwerpen, waaronder regionale samenwerking, afhankelijk was van of er over dat onderwerp positief of negatief, en veel of weinig geïnformeerd werd (Van der Meer & Van der Kolk, 2016). Bij positieve, veelvuldige informatie bleek er meer steun op te leveren dan negatieve en geringe informatie.

De kiezer laat zich niet alleen informeren door de politiek, maar is ook zelf bezig met informatievergaring. Volgens de Public Choice Theory zouden niet veel kiezers dit doen. Van de politiek geïnteresseerden die dat wel doen blijven de meeste kiezers zelf op de hoogte van de verkiezingen door middel van de media, zoals kranten en televisie (Van Ostaaijen, 2014). Daarnaast wordt onderling met familie en vrienden gesproken over de verkiezingen, waarbij informatie of standpunten worden uitgewisseld. Tot slot zijn digitale media een belangrijke bron van informatie voor kiezers. Websites met een stemwijzer of kieskompas worden veelvuldig bezocht. Dit betreft vooral het jongere publiek. Aan de politieke partijen de taak om hierop in te spelen.

## Hoofdstuk 3: Lokale identiteit

De lokale politiek houdt zich voornamelijk bezig met de vraagstukken die zich afspelen binnen dorpskernen, gemeenten en de omliggende regio. Omdat elke plaats in Nederland zijn eigen achtergrond en geschiedenis heeft, is de 'lokale of regionale identiteit', die kenmerkend is voor die plaats, overal weer anders. Identiteit kan worden gedefinieerd als iets wat een persoon of plaats een "eigen karakter" geeft volgens *Van Dale Groot Woordenboek Van De Nederlandse Taal* (2008). Lokale politieke partijen hebben daarom rekening te houden met de eigenheid van de burgers binnen de gemeente waar zij zich bevinden.

Volgens Cornips en Stengs (2010) wint de eigen regio steeds meer aan belang. In een wereld waar steeds meer globalisering optreedt, hebben mensen een groeiende behoefte aan verbondenheid met hun eigen omgeving. Meer nog dan aan verbondenheid op nationaal niveau. Parallel aan de groeiende behoefte aan de lokale omgeving bij mensen is er ook een groei van het aantal succesvolle unieke lokale partijen. Het stijgen van de populariteit voor deze lokale partijen zou kunnen samenhangen met het feit dat zij meer zijn toegespitst op de eigen regio. Bovendien blijkt uit het kiezersonderzoek van Stichting KiezersOnderzoek Nederland (Steenvoorden & Van der Waal, 2016) dat mensen die zich verbonden voelen met hun omgeving ook vaker hun stem uitbrengen bij de lokale verkiezingen. De vraag is of de hang naar het lokale identiteitsgevoel iets is dat alleen zo wordt ervaren door burgers of dat het ook een onderdeel is van een door politieke partijen gevoerde cultuur- of identiteitspolitiek (Cornips & Stengs, 2010; Broersma, 2010). Daarom is het van belang te duiden hoe identiteit wordt gevormd, wat het inhoudt en daarnaast te constateren welke rol de (lokale) politiek hierin heeft. In dit hoofdstuk wordt de nadruk gelegd op identiteitsvorming van gemeenschappen en van gebieden en wat het verband kan zijn met de lokale politiek.

### Identiteitsvorming

Het ontstaan van identiteit is onderdeel van verschillende processen. Zo kan een identiteit ontstaan bij een groep mensen, een gemeenschap, maar ook in een bepaald gebied. In beide gevallen zijn er meerdere processen te onderscheiden, welke in deze paragraaf uiteen worden gezet.

#### Identiteitsvorming binnen een gemeenschap

Binnen gemeenten of regio's kan er sprake zijn van een bepaald gemeenschapsgevoel onder de mensen die er wonen. Een dergelijke gemeenschap heet ook wel een **contingente gemeenschap** (Yack, 2012). In dit soort gemeenschappen zijn mensen bij elkaar, omdat zij binnen hetzelfde gebied wonen, maar geen directe relaties tot elkaar hebben. Deze gemeenschap is in het kader van lokale identiteit relevant, omdat deze identiteiten ontstaan binnen de grenzen van een bepaald gebied (Terlouw & Hogenstijn, 2015). Dit gebied kan variëren van zeer lokaal in een bepaalde buurt van een dorp, tot aan een hele regio. Het gemeenschapsgevoel dat leeft binnen deze afgebakende gebieden, geeft de inwoners van die gemeenschap een eigen identiteit; een lokale identiteit.

De lokale identiteit geeft aan dat de mensen binnen een gemeenschap iets met elkaar delen. De bewoners van dit gebied delen kenmerken, tradities en gebruiken die hen aan elkaar verwant maken (Verkuyten, 1998). Daarnaast heeft een gemeenschap ook een sociaal aspect, een zogeheten **sociale identiteit**. Een identiteit zegt namelijk iets over de groep zelf, maar ook over zijn relatie tot andere groepen of gemeenschappen. Cornips en Stengs (2010) vullen dit aan door te stellen dat identiteit een "dynamisch, meervoudig en ambigu resultaat is van voelen, denken en handelen van individuen en groepen". Identiteit ontstaat volgens hen door de verschillen die mensen ervaren met andere individuen of groepen.

Identiteitsvorming vindt dus plaats wanneer het zelfbeeld van een groep wordt vergeleken met het beeld van anderen. Wanneer dit beeld veel overeenkomsten vertoont met de andere groep is er sprake van insluiting, waarbij de andere identiteit wordt geaccepteerd en opgenomen

(Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid, 2007). Als dit beeld te veel afwijkt, dan wordt de groep met die identiteit afgestoten. Dit fenomeen wordt ook wel de sociale identiteitstheorie genoemd, waarbij er sprake is van een zogenaamde 'in-group' en 'out-group' (Verheul, 2012). In hoeverre deze acceptatie of afwijzing plaatsvindt, hangt af van drie verschillende soorten identificatieprocessen; functionele, normatieve en emotionele (Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid, 2007).

Het **functionele identificatieproces** heeft te maken met de redenen dat groepen samen zijn. Gemeenschappen zijn om verschillende redenen bij elkaar en hebben daarbij grotendeels dezelfde doelen en functies. Ook heeft de groep een eigen identiteit met de daarbij horende regels. Het proces van **normatieve identificatie** gaat over het gedrag dat groepen naar buiten toe overbrengen: hun normen, waarden en tradities bijvoorbeeld. Deze aspecten geven een groep orde en richting. Door deze te tonen aan anderen, laten ze zien dat zij bij dezelfde groep horen. Het laatste proces, de **emotionele identificatie**, is wat abstracter. Dit proces heeft betrekking op het groepsgevoel. De sterkte van een identiteit van een groep is afhankelijk van de sterkte van de verbondenheid. Het gevoel om deel uit te maken van een groep maakt de loyaliteit naar die groep vaak groter (Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid, 2007). Deze drie vormen van identificatie staan niet op zich en hebben invloed op elkaar. Samen bepalen ze de sterkte van de identiteit van een gemeenschap.

### **Identiteitsvorming binnen gebieden**

Deze thesis is gericht op contingente gemeenschappen, namelijk inwoners van gemeenten. Zij hebben een bepaald gemeenschapsgevoel met elkaar, maar ook met de plaats waar zij wonen. Paasi (2009) veronderstelt dat er een onderscheid bestaat tussen de identiteit van een regio of gebied en een lokale identiteit. De identiteit van een regio heeft betrekking op de kenmerken en eigenschappen die een regio heeft op het gebied van cultuur, natuur en mensen. Deze identiteit wordt vooral bepaald door externe factoren, zoals de politiek of media. Lokale identiteit beschrijft de binding die mensen hebben met een bepaalde regio (Paasi, 2009). Deze vorm van identiteit komt van binnenuit en zegt iets over de redenen waarom mensen zich verbonden voelen met hun woonomgeving.

De hechting aan een bepaalde regio is op verschillende manieren te verklaren. Vanuit historisch perspectief ontstaan steden en dorpen op strategische en economisch gunstige locaties, zoals langs de kust of langs rivieren (Verheul, 2012). Om andere, meer ongrijpbare redenen, voelen mensen zich aangetrokken tot bepaalde plaatsen. Hierbij treedt het zogenoemde 'sense of place' op (Verheul, 2012). Mensen hebben een bepaald gevoel bij een plaats, wat maakt of ze die plaats aantrekkelijk vinden of juist niet. Dit gevoel is lastig uit te drukken in concrete indicatoren. Sense of place bestaat uit herinneringen, emoties en verhalen en bepaalt daarmee hoe een plaats wordt ervaren (Hospers, 2013).

Paasi beschreef in eerder werk een proces van vier onderdelen die samen een identiteit van een gebied vormen (Paasi, 1986). Hij noemt dit het institutionaliseringsproces. De eerste vorm die hij noemt is de **territoriale vorm**. Dit zijn de grenzen en ruimtelijke kenmerken van een gebied. Daarnaast is er de **symbolische vorm**. Door de gemeenschappelijke kenmerken en gebruiken in het gebied kunnen de bewoners zich met het gebied en elkaar identificeren. Dit wordt vervolgens gehandhaafd door de **institutionele vorm**. Hieronder valt de overheid die het gebied bestuurt, maar ook de communicatie van de media over het gebied. Tot slot heeft een gebied een **functionele rol**. Er zijn politieke, economische en sociale relaties met andere gebieden. Doordat deze relaties altijd aan verandering onderhevig zijn, staat een regionale identiteit ook niet vast (Terlouw & Hogenstijn, 2015).



## Regionale samenwerkingsverbanden en identiteit

Doordat gebieden ook een functionele rol hebben, hebben ze vaak relaties met andere gebieden. Die relaties worden belangrijker, omdat er steeds vaker taken van de nationale overheid worden doorgeschoven naar de provincies en de gemeenten. Vanuit bestuurlijk oogpunt komt het daardoor voor dat gemeenten met elkaar moeten samenwerken om voorzieningen bestemd voor een groter verzorgingsgebied zo efficiënt mogelijk te kunnen regelen (Terlouw, 2014). Hierbij kan gedacht worden aan bijvoorbeeld regionale afvalverwerking of bedrijventerreinen. Omdat er in de Nederlandse bestuurslagen geen laag bestaat waarin regio's zijn vastgelegd, is het aan de overige bestuurslagen om samenwerkingsverbanden op te zetten en aan te wijzen.

Economische samenwerkingsverbanden zijn vaak niet het probleem tussen gemeenten of regio's. Wanneer er politieke relaties of bestuurlijke gevormd moeten worden, dan levert dat regelmatig spanningen op. Politiek hangt nauw samen met ideologie en identiteit, en iedere gemeenschap of gemeente is daarin verschillend (Ten Kleij, 2015). Spanningen ontstaan wanneer er sprake is van gemeentelijke fusies of herindelingen. De inwoners van die plaatsen behoren dan ineens tot dezelfde groep. Groepen en hun identiteiten zijn echter niet zo eenvoudig samen te voegen als dat het geval is bij gemeentegrenzen. Politiek geograaf Terlouw (2014) spreekt over de aanwezigheid van een 'dikke' en een 'dunne' identiteit binnen regio's. Een dikke identiteit is voornamelijk gericht op de gedeelde historische en culturele aspecten van een regio, waarbij voornamelijk naar de regio zelf wordt gekeken in plaats van naar buiten. Een dunne identiteit is meer gericht op de toekomst en het oplossen van bepaalde, regionale problemen. Daarbij is de dunne identiteit meer naar buiten gericht en worden vaak contacten gezocht met omliggende regio's. Het onderstaande schema (tabel 6) stipt de verschillen tussen dikke en dunne identiteiten aan met behulp van een aantal aspecten en kernwoorden.

Tabel 6: Verschillen dikke en dunne identiteiten

Aspect	Van Dik (meer lokaal)	Tot Dun (meer regionaal)
Ruimtelijke vorm	Gesloten	Open
	Territoriaal	Netwerk
Organisatie	Geïstitutionaliseerd	Project
Doelgroep	Alle bewoners	Bestuurders en bijzondere groepen
Doel	Algemeen en veel	Eén doel
	Cultuur	Economie
Tijd	Defensief	Offensief
	Verleden	Toekomst
	Stabiliteit	Verandering
Schaaloriëntatie	Naar binnen	Naar buiten

Bron: Terlouw, van Gorp & Boisen (2013)

Doordat regionale samenwerking steeds belangrijker wordt wint de dunne identiteit aan belang bij bestuurders (Terlouw, van Gorp & Boisen, 2013). Regio's moeten mee ontwikkelen met de opgaven van de toekomst en ontkomen er dan niet aan om de handen ineens te slaan. Toch is er voorzichtigheid geboden als het aan komt op het aangaan van deze samenwerkingen en eventuele fusies. De samenwerkende partijen hebben ieder hun eigen identiteit en willen niet dat die wordt aangetast. Iedere (ruimtelijke) gemeenschap heeft zo een 'primaire identiteit', waarin de sociaal-culturele eigenschappen van die gemeenschap zijn vertegenwoordigd (Terlouw & Hogenstijn, 2015). Daarnaast hebben gemeenschappen ook een 'secundaire identiteit'. Deze identiteit ontstaat bij de interactie tussen twee of meerdere primaire identiteiten. Bij een gemeentelijke samenwerking zullen de primaire identiteiten niet snel veranderen (Terlouw & Hogenstijn, 2015). De secundaire identiteiten van gemeenschappen zullen echter wel opnieuw gevormd moeten worden. Het is aan de

bestuurders om deze verschillende identiteiten serieus te nemen en te zorgen dat ze niet uitmonden in verzet, waarbij bepaalde gemeenten of gemeenschappen de samenwerking als bedreiging gaan ervaren. In de praktijk blijkt dat het moeilijk is om alle partijen bij een samenwerking tevreden te stellen en te zorgen dat er voor ieder evenveel voordeel wordt behaald (Van Laar, 2010). Toch is op de lange termijn de regio erbij gebaat om de samenwerking door te zetten en is het noodzakelijk voor gemeenten zich soms neer te leggen bij bepaalde besluiten waar ze het niet mee eens zijn. Communicatie van bestuur en politiek naar de burger is hierbij van groot belang (Van Laar, 2010). Door identiteiten met elkaar in contact te brengen en ze te verbinden kan mogelijk een nieuwe, meer regionale, identiteit ontstaan. Lokale identiteiten in de nabije omgeving herbergen in sommige gevallen een aantal gemeenschappelijke eigenschappen waarop een dergelijke nieuwe identiteit kan worden gebouwd (Terlouw & Hogenstijn, 2015).

## Communicatie over identiteit

Gemeenschappen en gemeenten kunnen een eigen, lokale identiteit bezitten. Hoe sterk die identiteit geworteld is hangt af van eerder besproken factoren in voorgaande paragrafen. Deze lokale identiteit kan door andere partijen, zoals media en politici, extra versterkt worden door de belangrijkste kenmerken te benadrukken. In de lokale politiek maken partijen hier ook gebruik om het eenheidsgevoel van de gemeenschap te versterken (Verheul, 2012). Dit is terug te zien in beleidsdocumenten van gemeenten die daarin hun identiteit willen profileren. Deze komen later in deze thesis aan bod bij de introductie van onderzochte gemeenten.

Dat een identiteit ook maakbaar of construeerbaar kan zijn blijkt uit het concept dat bekend staat als *'Imagined Communities'* van Anderson (1983). Hij stelde dat affiniteit en saamhorigheid binnen gemeenschappen vaak een verbeelding zijn die leeft in het hoofd van mensen. Desondanks kan er toch een mate van verbinding bestaan tussen de inwoners van de gemeenschap. Door deze verbeelding te versterken kunnen lokale politieke partijen die zich richten op de eigen gemeente of dorpskern mogelijk meer sympathie voor hun standpunten verwerven bij de kiezende burgers. Deze strategie wordt ook wel **identiteitspolitiek** genoemd (Broersma, 2010). Vaak fungeert de media hierbij als schakel tussen politiek en burger.

Burgers en bestuur zitten niet altijd op één lijn als het gaat om de identiteit van hun gemeente. Politieke partijen kunnen op een heel andere manier over die identiteit communiceren dan dat de burgers dat zouden doen. Om de communicatie tussen bestuur en bevolking in kaart te brengen wordt gekeken naar een aantal typen identiteiten uit de AC<sup>2</sup>ID-test van Balmer en Greyser (2002). De AC<sup>2</sup>ID-test is oorspronkelijk ontwikkeld om identiteiten van bedrijven en organisaties van elkaar te onderscheiden, maar is ook toepasbaar op de communicatie van regio's (Terlouw & Hogenstijn, 2015). De identiteiten die Balmer en Greyser onderscheiden zijn de *actual- (werkelijke-), communicated- (gecommuniceerde-), conceived- (waargenomen-), ideal- (ideale-)* en *desired identity (gewenste identiteit)*. Samen vormen ze componenten van de AC<sup>2</sup>ID-test. Deze vijf typen identiteit en hun omschrijving zijn weergegeven in tabel 7.

Tabel 7: Vijf soorten identiteiten van regio's volgens AC<sup>2</sup>ID-model

Soort identiteit	Omschrijving
Werkelijke identiteit	Deze identiteit beschrijft de kenmerken van een organisatie of in dit geval een gebied. Aan de hand van de verschillende kenmerken kunnen gebieden van elkaar onderscheiden worden.
Gecommuniceerde identiteit	Deze identiteit is de identiteit zoals die door het bestuur naar buiten wordt gedragen.
Waargenomen identiteit	De gecommuniceerde identiteit wordt vervolgens door verschillende groepen binnen

	een regio waargenomen en geïnterpreteerd. Hierbinnen kunnen verschillende opvattingen bestaan.
Ideale identiteit	De ideale identiteit is hoe het bestuur de toekomst van de regio voor zich ziet en welk beleid daarvoor nodig is.
Gewenste identiteit	De gewenste identiteit gaat over wat de bewoners van een regio willen als identiteit en hoe zij dit in de toekomst voor zich zien

Bron: Balmer & Greyser, 2002; Terlouw & Hogenstijn, 2015

Tussen de verschillende identiteiten zitten een aantal spanningsvelden. Zo is de gecommuniceerde identiteit niet altijd dezelfde als de waargenomen identiteit en komt de ideale identiteit niet in alle gevallen overeen met de gewenste identiteit. Deze spanningsvelden worden in dit geval ook wel identiteitsgaten genoemd (Balmer & Greyser, 2002). Hoe kleiner deze identiteitsgaten, hoe groter de overeenkomsten tussen bestuur en de bewoners van het gebied. Wanneer de identiteitsgaten te groot worden is de kans op het ontstaan van verzet en frictie binnen een regio ook groter.

Wanneer lokale partijen die inzetten op een onafhankelijke gemeente veel steun willen krijgen vanuit het volk, dan zullen de identiteitsgaten zo klein mogelijk moeten zijn. Als zij vervolgens het belang van die identiteit goed kunnen overdragen naar de burgers is hun kans op succes bij verkiezingen mogelijk groter.

### **Samenvattend**

In de literatuurstudie zijn gedurende drie hoofdstukken de lokale politieke partijen, de communicatie- en campagnevoering en lokale identiteit besproken. In het eerste hoofdstuk is bekend geworden hoe lokale politieke partijen te kenmerken en te onderscheiden zijn. Hoofdstuk twee richtte zich op de communicatie van lokale partijen, de manier waarop ze campagne voeren en hoe ze daarbij contact maken met de kiezers. Het aspect lokale identiteit kwam in het laatste hoofdstuk aan bod en hierin werd toegelicht hoe belangrijk identiteit van een gemeenschap kan zijn bij de communicatie tussen politiek en burger. Op basis van deze kennis kan het empirische onderzoek plaatsvinden bij lokale politieke partijen. De uitwerking hiervan wordt toegelicht in de methodologie van deze thesis.

# Methodologie

---

In het hoofdstuk methodologie wordt de opzet van het onderzoek uiteengezet en worden de gemaakte keuzes toegelicht en verantwoord. Het hoofdstuk begint met een uitgebreide bespreking van de onderzoeksvragen. Deze vragen vormen de rode draad van de thesis. Vervolgens wordt de koppeling gelegd tussen het literatuuronderzoek en de methodologie. Daarna wordt de keuze voor de gemeenten die in dit onderzoek worden meegenomen toegelicht. Tot slot wordt besproken hoe de inhoudelijke aanpak van het onderzoek eruit ziet.

## Onderzoeksvragen

Het onderzoek wordt geleid door een onderzoeksvraag. De vorm van het onderzoek is grotendeels verkennend. Het doel van deze thesis is om er achter te komen waarin het succes schuilt van lokale politieke partijen en hoe zij onderling van elkaar verschillen, maar ook hoe zij verschillen van de landelijke politieke partijen op lokaal niveau. Hiervoor wordt de werkwijze die deze partijen hanteren nader bekeken aan de hand van een aantal thema's. Zo wordt onder andere gekeken naar het ideologische profiel van lokale partijen, naar de wijze waarop zij communiceren en hoe dat ze omgaan met lokale identiteit. De centrale vraag is zodoende als volgt geformuleerd:

*In hoeverre spelen de inhoudelijke werkwijze, en verschillen in partijsoort en ideologie van lokale partijen een rol bij het behalen van succes bij verkiezingen?*

De vraag zal worden beantwoord op basis van opgedane kennis uit het literatuuronderzoek en daarnaast een empirisch onderzoek onder politieke partijen in een aantal gemeenten. Daarnaast zijn er enkele deelvragen opgesteld die samen helpen antwoord te geven op de centrale vraag.

*Deelvraag 1: Hoe zijn de unieke lokale partijen ideologisch te profileren?*

Unieke lokale partijen zijn vaak lastig ideologisch in te delen op het politieke spectrum. Met behulp van deze deelvraag wordt getracht de partijen ideologisch profiel aan te meten. Op die manier is het mogelijk de partijen onderling met elkaar te vergelijken, maar ook om ze naast de landelijke partijen te zetten die vaak wel een duidelijke ideologie hebben.

*Deelvraag 2: Op welke manier verloopt de communicatie vanuit de lokale politiek naar de kiezers toe?*

Met deze vraag is getracht te achterhalen op welke manier partijen communiceren met de kiezer en hoe partijen hier onderling in verschillen. Ook is onderzocht naar welke campagne strategie zij hanteren en waarom.

*Deelvraag 3: Op welke manier wordt er binnen de lokale politiek rekening gehouden met de lokale identiteit(en) binnen de gemeenten?*

In het onderzoek is lokale identiteit gezien als extra aandachtspunt. Het onderzoek is uitgevoerd in verschillende gemeenten met ieder een eigen identiteit. De reden dat lokale identiteit belangrijk is om mee te nemen, is omdat de aanpak van een partij hiervan afhankelijk zou kunnen zijn.

*Deelvraag 4: Op welke manier verschilt de werkwijze van unieke lokale partijen met die van de landelijke partijen op lokaal niveau?*

Na de lokale partijen los van elkaar te hebben onderzocht is gekeken naar verschillen en overeenkomsten tussen die partijen. Hierbij is gekeken naar iedere partij individueel, maar is voornamelijk gekeken naar de vergelijking tussen de unieke lokale partijen en de lokale afdelingen van nationale partijen.

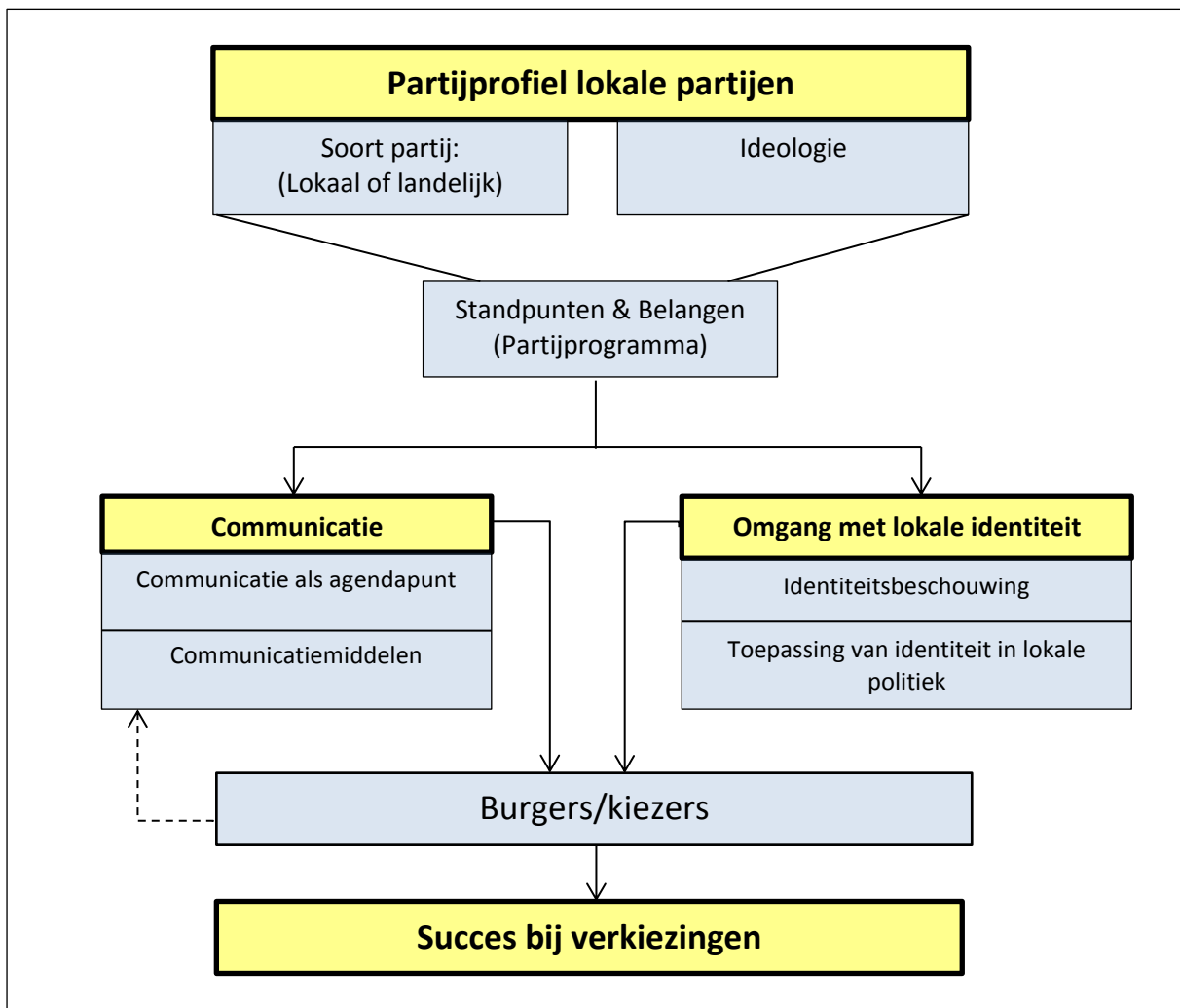
Deelvraag 5: *Wat is het succes van de onderzochte partijen bij de verkiezingen?*

De laatste deelvraag richt zich op het verband tussen de werkwijze van de partijen en of dit wel of niet heeft geleid tot succes bij de verkiezingen. Succes wordt in dit geval gemeten aan de hand van de uitslag bij de verkiezingen van 2014. Lokale partijen hebben het de afgelopen jaren beter gedaan dan de nationale partijen op lokaal niveau en met deze vraag wordt beantwoord of dat te maken heeft met hun werkwijze.

## Conceptueel model

Door de koppeling tussen theorie en praktijk zo duidelijk mogelijk in beeld te brengen is dit vormgegeven in een conceptueel model. In figuur 7 is dit model weergegeven. Het conceptueel model geeft alle variabelen weer die in dit onderzoek zijn meegenomen.

Figuur 7: Conceptueel model



Onderin in het model staat het kopje 'Succes bij verkiezingen'. Dit is het onderdeel van de centrale vraag van deze thesis waar een antwoord op gevormd moet worden. De variabelen die in deze thesis worden onderzocht zijn de profielen van de partijen, de communicatiestrategie en de manier waarop zij omgaan met lokale identiteit. Boven in het model staat het te onderzoeken partijprofiel van elke partij met daaronder de variabelen waaruit dat profiel is opgemaakt. Belangrijk bij het partijprofiel is het onderscheid tussen twee typen partijen: lokale en nationale. Om er achter te komen waarom

lokale partijen het goed doen de laatste jaren bij de verkiezingen is het noodzakelijk om deze los te analyseren van de nationale partijen op lokaal niveau.

Uit het literatuuronderzoek is naar voren gekomen dat er veel verschillende soorten partijen bestaan met ieder hun eigen aanpak. Er kan verwacht worden dat partijen die in hun naam, partijprogramma en standpunten hun ideologie laten doorklinken, problemen op hun eigen manier benaderen en aanpakken. Het partijprofiel stelt dus voor een groot deel de standpunten en doelstellingen van de partij vast en het daarin uitmondende partijprogramma. Vervolgens bepalen die standpunten en belangen hoe omgegaan wordt met de twee andere belangrijke factoren in dit onderzoek: omgang met communicatie en lokale identiteit. De communicatie bestaat voornamelijk uit de communicatiemiddelen die politieke partijen toepassen. Ook de omgang met lokale identiteit van een politieke partij kan invloed hebben op het gedrag van de kiezer.

Een andere belangrijke schakel in dit model zijn dus de burgers, dan wel kiezers. Zij bepalen uiteindelijk de mate van verkiezingssucces van een partij. In dit onderzoek worden zij meegenomen als de ontvangende partij van de door de politiek gestuurde informatie. Uit de literatuur bleek dat burgers, afhankelijk van hun politieke interesse, door communicatie op de hoogte gehouden willen worden van de politieke ontwikkelingen. Vervolgens kunnen politieke partijen kiezen hier hun communicatie op af te stemmen. Door verschillende soorten partijen te onderzoeken, is het mogelijk dat er uiteenlopende werkwijzen en strategieën aan het licht komen die van invloed kunnen zijn op succes bij de lokale verkiezingen.

## **Selectieprocedure**

Het veldonderzoek is opgezet in aantal fasen. De eerste fase betrof het vooronderzoek. Hierin is vastgesteld welke gemeenten in aanmerking kwamen voor deelname aan het onderzoek.

### **Keuze voor gemeenten**

De gemeenten zijn geselecteerd op basis van een aantal voorwaarden. Ten eerste was het van belang dat de gemeenten ongeveer even groot waren. In dit geval is niet gekeken naar aantallen inwoners, maar naar het aantal kiesgerechtigden. Deze informatie is afkomstig van [www.verkiezingsuitslagen.nl](http://www.verkiezingsuitslagen.nl), waar alle electorale uitslagen van anderhalve eeuw politiek zijn opgeslagen. Ten tweede moest het opkomstpercentage van de gemeenten grotendeels overeenkomen, om een zo gelijk mogelijk beeld te kunnen schetsen. Ten derde moesten er verschillen zijn in de uitslagen tussen de gemeenten van de verkiezingen van 2014. Voor het onderzoek was het interessant om één gemeente te bekijken waar unieke lokale partijen het goed gedaan hebben, één gemeente waar de nationale partijen goed gescoord hebben en één gemeente te pakken waar beide soorten partijen veel stemmen hebben gekregen. Ook moest er in elke gemeente op zijn minst één unieke lokale politieke partij aanwezig zijn. Daarnaast is er getracht te zoeken naar gemeenten binnen dezelfde omgeving. Hierdoor zijn de eventuele problemen die er spelen in de regio een extra factor waar de politieke partijen op vergeleken kunnen worden. Op hand van deze voorwaarden zijn er een aantal gemeenten naar voren gekomen die in aanmerking kwamen. Deze waren allen gelegen in de omgeving van Leiden en de Bollenstreek. Deze gemeenten waren Oegstgeest, Teylingen, Noordwijkerhout, Noordwijk, Voorschoten en Lisse, waarvan de eerste vier gemeenten uiteindelijk geselecteerd zijn. In de volgende paragraaf worden deze gemeenten verder toegelicht.

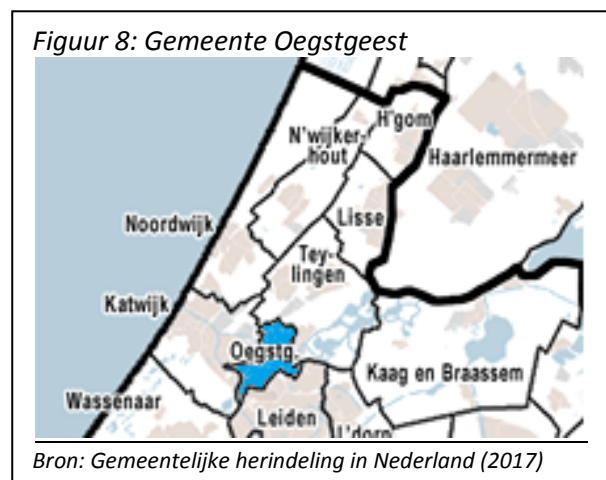
## Gemeenteprofielen

In deze profielschetsen worden de gemeenten die meegenomen zijn in het onderzoek geïntroduceerd. Aan de hand van drie onderwerpen wordt elke gemeente van achtergrondinformatie voorzien. Het eerste onderwerp is de algemene achtergrondinformatie van de gemeente. Deze informatie dient als een inleiding van de gemeente en waar zij ligt in Nederland. De ligging van de gemeente kan een rol spelen bij de thema's die bij de desbetreffende gemeente van belang zijn en welke keuzes er gemaakt worden door de politiek. Een tweede onderwerp is een korte schets van de politieke geschiedenis binnen de gemeente. Niet alleen is de huidige bezetting van de gemeenteraad weergegeven, maar ook hoe de politiek zich in de jaren daarvoor heeft ontwikkeld en van samenstelling is veranderd. Als laatste onderdeel is gekeken naar de lokale identiteit van de gemeente. De lokale identiteit is wat een gemeente en haar inwoners kenmerkt en onderscheidt van andere gemeenten. Deze identiteit is in dit hoofdstuk afgeleid uit gemeentelijke stukken en onderzoeken, waarin een karakterschets wordt gegeven van de gemeentelijke identiteit.

### Gemeente Oegstgeest

#### Algemene informatie

De eerste gemeente die in het onderzoek aan bod komt is Oegstgeest. In het Zuid-Hollandse dorp wonen 23.312 inwoners. De gemeente Oegstgeest wordt omringd door een drietal andere gemeenten. Aan de westkant van de gemeente ligt Katwijk, in het noorden de gemeente Teylingen en ten zuidoosten ervan ligt Leiden. In figuur 8: is een kaart te zien waarbij de gemeente Oegstgeest blauw is ingekleurd.



#### Politieke achtergrond

In Oegstgeest hebben de traditionele landelijke partijen VVD, CDA, PvdA en D66 in de afgelopen decennia vooral de dienst uitgemaakt. Het politieke landschap van de gemeente veranderde echter volledig in het jaar 1994 en de daarbij behorende gemeenteraadsverkiezingen. Tegen de verwachtingen in behaalden lokale partijen overal grote overwinningen. Dit jaar wordt daarom ook gezien als een omslag in de lokale politiek (Janssen & Korsten, 2003). In Oegstgeest deed de nieuwe partij Leefbaar Oegstgeest voor het eerst mee in de verkiezingen en behaalde bijna 42% van de stemmen. In de jaren die daarop volgden heeft Leefbaar Oegstgeest altijd behoord tot de grootste partijen binnen de gemeenten. Sinds 2014 is de partij weer iets kleiner, mede omdat er zich een afsplitsing voordeed binnen de partij. Dit leidde tot de oprichting van een nieuwe partij: Lokaal Oegstgeest. Deze partij behaalde meteen ook twee zetels bij de verkiezingen in 2014. De huidige samenstelling van de gemeenteraad is in tabel 8 weergegeven. De partij Leefbaar Oegstgeest heeft overigens sinds oktober 2016 een nieuwe naam gekregen: Hart voor Oegstgeest.

De partij Progressief Oegstgeest is ooit ontstaan als lijstverbinding tussen de PvdA en GroenLinks. In de jaren 2001 tot 2013 heeft ook D66 hier deel van uit gemaakt. Sinds de verkiezingen van 2014 is D66 weer een zelfstandige lokale partij en behaalde zelf vier zetels in de afgelopen verkiezingen tegenover de drie van Progressief Oegstgeest (Progressief Oegstgeest, 2014).

Tabel 8: Gemeenteraad Oegstgeest na de verkiezingen in 2014

Politieke partij	Aantal zetels in de raad
D66	4
VVD	4
Progressief Oegstgeest	3

Leefbaar Oegstgeest (nu Hart voor Oegstgeest)	3
CDA	3
Lokaal Oegstgeest	2
<b>Totaal</b>	<b>19</b>

Bron: [www.verkiezingsuitslagen.nl](http://www.verkiezingsuitslagen.nl)

### Lokale identiteit

Een omschrijving van de identiteit van Oegstgeest komt het best naar voren in een document over de marketing van de plaats Oegstgeest door het Dorpslab. Het Dorpslab is een burgerinitiatief geweest om de gemeente Oegstgeest op de kaart te zetten (Stichting Dorpslab Oegstgeest, 2015). Zij kwamen met het rapport Dorpsmarketing Oegstgeest – Plan van aanpak. Uit dit rapport blijkt dat de gemeente erg inzet op een regionale samenwerking met behoud voor de eigen gemeente. Daaruit is op twee manieren een lokale identiteit af te leiden. Als eerste zijn dat de kenmerken waarop de gemeente zich onderscheidt van de omliggende gemeenten. Volgens het Dorpslab onderscheidt Oegstgeest zich door een poort te zijn naar verschillende voorzieningen en attracties in de regio; de kust, de bollen en de stad (Leiden). Daarnaast is Oegstgeest een rustige woongemeente met veel groen. Kortom, het dorp heeft van alles binnen handbereik, terwijl men in Oegstgeest zelf rustig en mooi kan wonen. Ten tweede wordt er gesproken over het Oegstgeester DNA. Ondanks dat de regio waarin Oegstgeest ligt wordt gezien als een samenhangend geheel, is er wel sprake van een eigen identiteit. Het is een dorp waarin je niet geboren hoeft te worden om Oegstgeester te zijn. Ook zijn de inwoners tolerant en worden nieuwkomers goed welkom geheten. Die dorpse identiteit is zo ontstaan, omdat er niet net als in provincies zoals Friesland en Limburg, een sterke regionale identiteit bestaat in Zuid-Holland (Stichting Dorpslab Oegstgeest, 2015). Om die reden zijn Oegstgeesters vooral gericht op hun eigen woonplaats.

### Gemeente Teylingen

#### Algemene informatie

De gemeente Teylingen is een gemeente die nu ruim tien jaar bestaat. Ze is ontstaan in 2006 uit een fusie van die dorpskernen: Sassenheim, Warmond en Voorhout. Er wonen momenteel 36.022 inwoners in de gemeente. Teylingen ligt in het noorden van de provincie Zuid-Holland en wordt omringd door de gemeenten: Lisse in het noorden, Noordwijk en Noordwijkerhout in het westen, Oegstgeest en Leiden in het zuiden en Kaag en Braassem in het oosten. In figuur 9 is een kaart te zien waarbij de gemeente Teylingen blauw is ingekleurd.

Figuur 9: Gemeente Teylingen



Bron: Gemeentelijke herindeling in Nederland (2017)

#### Politieke achtergrond

Voordat de drie gemeenten in 2006 een fusie aan gingen was de politieke samenstelling per dorp nog verschillend. In Voorhout en Warmond waren in die jaren al lokale politieke partijen actief (Warmond Anders en Voorhouts Belang). In Voorhout was het jarenlang de grootste partij en in Warmond de op één na grootste. In Sassenheim bestond nog geen lokale partij en waren de partijen CDA, VVD en PvdA tot aan 2006 de grootsten. Sinds de gemeentelijke fusie hebben de lokale partijen in Voorhout en Warmond zich, samen met een aantal Sassenheimse VVD'ers, verenigd in een gezamenlijke partij genaamd Trilokaal. Zij vormen tot op heden de enige unieke lokale politieke partij binnen de gemeente Teylingen. De huidige samenstelling van de gemeenteraad is te zien in tabel 9. In het huidige college zitten de drie grootste partijen: VVD, CDA en D66.



Tabel 9: Gemeenteraad Teylingen na de verkiezingen in 2014

Politieke partij	Aantal zetels in de raad
VVD	6
CDA	6
D66	5
Trilokaal	4
PvdA	3
ChristenUnie	1
<b>Totaal</b>	<b>25</b>

Bron: [www.verkiezingsuitslagen.nl](http://www.verkiezingsuitslagen.nl)

### Lokale identiteit

In 2013 is er door het opinieonderzoeksbureau TNS NIPO een onderzoek gedaan naar de lokale identiteiten in de gemeente Teylingen (Roos & Van den Berg, 2013). In opdracht van de gemeente werd dit onderzoek uitgevoerd. Met behulp van focusgroepen zijn verschillende groepen bewoners van de gemeente gehoord. Teylingen is een samengestelde gemeente van drie verschillende dorpskernen met ieder hun eigen historie. Daarom is het aannemelijk dat er uiteenlopende identiteiten te onderscheiden zijn. Uit het onderzoek van TNS NIPO komt naar voren dat deze identiteiten er ook zijn. Warmond kenmerkt zich door zijn rijke historie, authenticiteit en een actief verenigingsleven. Wat betreft inwoners en omvang is Warmond het kleinste dorp en mede daardoor zijn de bewoners erg sterk gericht op het eigen dorp, meer dan bij de andere twee dorpen. Sassenheim wordt gezien als het meest moderne dorp van de drie. Er zijn relatief veel winkels en voorzieningen aanwezig, waar ook de omliggende dorpen van profiteren. Ondanks het ruime aanbod van winkels, is het dorpse karakter niet verdwenen. Voorhouters voelen zich meer dan hun andere gemeentegenoten verbonden met de gemeente Teylingen. Wanneer zij het hebben over hun omgeving, worden ook onderdelen uit Sassenheim en Warmond genoemd. Als echte Voorhoutse kenmerken worden rust en bollenvelden genoemd. De inwoners van Voorhout zijn dus het minst gericht op het eigen dorp, maar meer op de omgeving. Ondanks dat er in 2006 nog wel wat verzet was tegen de fusie is dat een aantal jaren later al veel minder. Er zijn ook factoren die bindend zijn voor de inwoners van Teylingen. Wat wordt genoemd zijn de voordelige centrale ligging, de bereikbaarheid en de woonomgeving. Ook onderling tussen inwoners van de drie dorpen heerst een goede sfeer.

### Gemeente Noordwijkerhout

#### Algemene informatie

De gemeente Noordwijkerhout is een gemeente in het centrum van de Bollenstreek en in het noorden van de provincie Zuid-Holland. De gemeente bestaat uit twee dorpskernen: Noordwijkerhout en De Zilk, waarvan de laatste de kleinste plaats is. Het totaal aantal inwoners in de gemeente is 16.202. Daarvan wonen er 2190 in De Zilk. In het zuidwesten van de gemeente ligt Noordwijk. Ten oosten van Noordwijkerhout liggen de gemeenten Teylingen, Lisse en Hillegom en in het noorden liggen Zandvoort en Bloemendaal. In figuur 10 is een kaart te zien waarbij de gemeente Noordwijkerhout blauw is ingekleurd.



## Politieke achtergrond

In de gemeente Noordwijkerhout hebben de traditionele partijen CDA en VVD altijd de meeste aanhang gekend. In mindere mate deden ook PvdA, D66 en GroenLinks mee in de gemeenteraad. In de afgelopen twintig jaar is daar weinig verandering in geweest. Tot aan 2014, waarin voor het eerst een lokale partij mee deed aan de verkiezingen. Deze lokale partij, NZ Lokaal, behaalde meteen een grote overwinning bij de verkiezingen. In dat jaar werden ze ineens de grootste partij van de gemeente. Een coalitie werd echter gevormd door VVD, CDA en D66. In tabel 10 is te zien hoe de huidige gemeenteraad is samengesteld.

Tabel 10: Gemeenteraad Noordwijkerhout na de verkiezingen in 2014

Politieke partij	Aantal zetels in de raad
NZ Lokaal	5
VVD	4
CDA	4
D66	2
GroenLinks	1
PvdA	1
<b>Totaal</b>	<b>17</b>

Bron: [www.verkiezingsuitslagen.nl](http://www.verkiezingsuitslagen.nl)

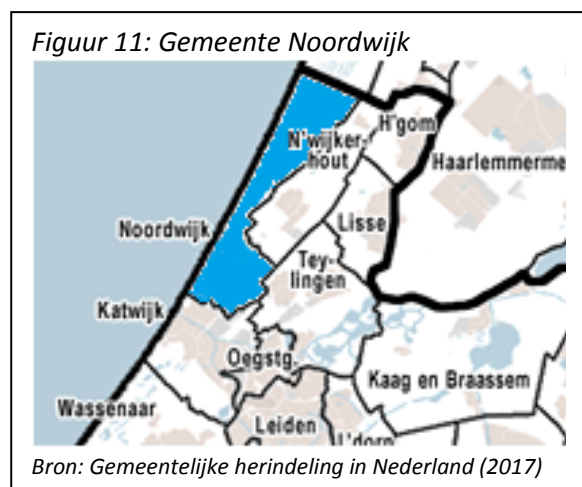
## Lokale identiteit

Noordwijkerhout heeft als gemeente besloten om na de afgelopen verkiezingen een communicatiebeleidsplan op te stellen. Dit plan kwam tot stand, omdat het gevoel in de gemeente leefde dat de communicatie richting de burger te kort schoot (Gemeente Noordwijkerhout, 2015). Naast dat dit plan aantoont hoe er beter gecommuniceerd moet worden met de burgers, worden ook de kernwaarden en de identiteit van de gemeente en van de Noordwijkerhouter beschreven. Naar aanleiding van een imago-onderzoek zijn er drie kernwaarden te onderscheiden. De eerste is dat Noordwijkerhouters 'nuchter' zijn en daarmee houden van pragmatisch werken en efficiëntie. Het tweede punt dat genoemd wordt is dat Noordwijkerhouters 'betrokken' zijn. Dit houdt in dat er een grote mate van verbondenheid is binnen de gemeente. Ook is er sprake van een actief verenigingsleven. Ten derde wordt genoemd dat Noordwijkerhout als gemeente heel 'kleurrijk' is. Hier wordt onder andere de omgeving mee bedoeld. De gemeente noemt zichzelf ook het 'Hart van de Bollenstreek' (Gemeente Noordwijkerhout, 2015). Daarnaast worden ook de activiteiten die in het dorp plaatsvinden, zoals de bloemencorso en carnaval, bestempeld als kleurrijk.

## Gemeente Noordwijk

### Algemene informatie

De laatste gemeente in dit onderzoek is Noordwijk. De gemeente Noordwijk is een badplaats in het noorden van de provincie Zuid-Holland. Er wonen op het moment 25.765 mensen in de gemeente. Ook Noordwijk bestaat uit meerdere kernen, te weten Noordwijk-Binnen en Noordwijk aan Zee. Deze twee kernen zijn echter wel met elkaar verbonden. Noordwijk wordt omgeven door een aantal gemeenten. In het noorden ligt de gemeente Zandvoort, in het oosten de gemeenten Noordwijkerhout en Teylingen en aan de zuidkant ligt Katwijk. In figuur 11 is een kaart te zien waarbij de gemeente Noordwijk blauw is ingekleurd.



## Politieke achtergrond

Het politieke landschap in Noordwijk heeft de afgelopen jaren veel veranderingen meegemaakt. In Noordwijk hebben lokale partijen al sinds 1994 een sterke aanwezigheid in de lokale politiek. De periode 1994-2006 werd gedomineerd door de lokale partijen, die met een ruime meerderheid de gemeenteraad vertegenwoordigden. De partijen die daarnaast altijd aanwezig waren zijn de VVD en CDA. Dit veranderde in 2006 door een aantal redenen. Aan de ene kant versplinterden de lokale partijen in kleinere partijen, waardoor de meerderheid niet meer in handen was van de lokalen. VVD en CDA konden daardoor iets groeien. Aan de andere kant ontstond er een linkse lijstverbinding tussen de partijen D66, PvdA en GroenLinks en werden daarmee de gedeelde grootste partij van de gemeente. In het jaar 2010 vonden er weer allerlei veranderingen plaats, waardoor de gemeenteraad er totaal anders uit kwam te zien. De linkse lijstverbinding bleef, maar zakte naar 3 van 21 zetels. VVD ging samen met een lokale partij en werd de een na grootste partij. Maar de grootste partij werd PUUR Noordwijk, wat een fusie was van twee lokale partijen. Tijdens de laatste verkiezingen in 2014 is PUUR Noordwijk de grootste gebleven en zelfs nog gegroeid. De VVD kende een afsplitsing dat jaar en kromp daardoor fors. Ook deden er twee nieuwe lokale partijen mee in de verkiezingen die samen goed zijn voor vijf zetels in de raad. De huidige samenstelling is te zien in tabel 11. Het college in Noordwijk bestaat sinds 2014 uit PUUR Noordwijk, Lijst Salman Noordwijk, PvdA-GroenLinks en D66.

Tabel 11: Gemeenteraad Noordwijk na de verkiezingen in 2014

Politieke partij	Aantal zetels in de raad
PUUR Noordwijk	8
CDA	3
Lijst Salman Noordwijk	3
VVD	2
PvdA-GroenLinks	2
Noordwijk Zelfstandig	2
D66	1
<b>Totaal</b>	<b>21</b>

Bron: [www.verkiezingsuitslagen.nl](http://www.verkiezingsuitslagen.nl)

## Lokale identiteit

De gemeente Noordwijk heeft als voorbereiding op de Omgevingsvisie Noordwijk 2030 een document gepubliceerd, genaamd Krijtlijnen. Hierin wordt grotendeels al beschreven hoe Noordwijk zich moet ontwikkelen de komende 15 jaar. Dit document is tot stand gekomen in samenspel met inwoners, ondernemers, gemeenteambtenaren en verschillende organisaties (Gemeente Noordwijk, 2015). In dit document wordt ook aandacht besteed aan de lokale identiteit van Noordwijk, omdat er volgens de gemeente onvoldoende is gebleken hoe deze identiteit er uit ziet of uit moet zien. De kenmerken van dit Noordwijkse 'DNA' zijn voornamelijk gericht op de rijke historie, de positie als welvarende badplaats en het omliggende landschap. Dit kan worden gezien als de waargenomen identiteit van Noordwijk. Volgens de gemeente betekent dit dat Noordwijk niet één bepaalde identiteit heeft, maar dat alle losse kenmerken die samen moeten vormgeven (Gemeente Noordwijk, 2015). Het document vervolgt met een zevental kernpunten, waarin de gemeente in wil uitblinken en bekend om wil staan. Dit is waar de gemeente op inzet en is meer de ideale identiteit (Balmer en Greyser, 2002; Terlouw en Hogenstijn, 2015). De gemeente kent twee dorpskernen die min of meer aan elkaar zijn vastgegroeid. Toch is er geen sprake van twee onderscheidende identiteiten. Sterker nog, in het document Krijtlijnen voor de Omgevingsvisie worden beide kernen gezien als een aanvulling voor elkaar.

## Keuze voor partijen

De tweede fase was het benaderen van de politieke partijen in de gemeenten waar deze gezeteld zijn. Op basis van de gemeenteprofielen zijn een aantal partijen specifiek benaderd. Zoals gezegd is er per gemeente bekeken welke partijen daar actief waren en hoe succesvol zij waren. Het streven hierbij was om minimaal twee partijen per gemeente te bereiken, waarvan minstens één unieke lokale partij.

## Deelnemende partijen

Nadat het vooronderzoek was afgerond kon contact worden gezocht met verschillende politieke partijen binnen de vier gemeenten. Vooraf werd een e-mail opgesteld met daarin de uitleg van het onderzoek en of er de mogelijkheid bestond om een vertegenwoordiger van de partij te kunnen spreken. Het werven van geschikte kandidaten verliep wisselend. Sommige partijen waren meteen bereid om mee te werken, anderen deden dat na extra toelichting van het onderzoek. Weer anderen gaven geen respons en zijn buiten het onderzoek gelaten. Uiteindelijk is er contact geweest met 11 partijen in vier verschillende gemeenten. Hiervan waren er vijf unieke lokale partijen en zes lokale afdelingen van nationale partijen. Vanuit de gemeenten Voorschoten en Lisse is het niet gelukt succesvol contact te krijgen met politieke partijen, daarom zijn deze gemeenten afgefallen. De verdeling van het aantal partijen per gemeente is verschillend. Dit had echter te maken met de respons die werd verkregen op de uitnodiging om deel te nemen. Een overzicht van de partijen die hebben deelgenomen aan het onderzoek zijn in tabel 12.

Tabel 12: Overzicht van de politieke partijen die participeerden in het onderzoek

Gemeente	Politieke partij
Oegstgeest	D66 Hart voor Oegstgeest Lokaal Oegstgeest
Teylingen	VVD Trilokaal <i>Griffier gemeente Teylingen*</i>
Noordwijkerhout	VVD CDA NZ Lokaal PvdA
Noordwijk	VVD PUUR Noordwijk

*\*Als aanvulling op de gesprekken met de 11 genoemde partijen is nog een gesprek aangegaan met de griffier van de gemeente Teylingen; Robert van Dijk. Met hem is contact gezocht op aanraden van een eerder gesproken kandidaat, omdat hij naar zeggen veel kennis had van lokale politiek en regionale samenwerkingsverbanden in de regio waar dit onderzoek plaatsvond.*

## Onderzoeksmethoden

Het doel van het onderzoek was om de werkwijze van politieke partijen op lokaal niveau in kaart te brengen en om te kijken of dit van invloed is op verkiezingssucces. Deze werkwijze is op een aantal verschillende manieren onderzocht. Hiervoor zijn de invalshoeken uit hoofdstuk 1 van het literatuuronderzoek toegepast. Naast dat de werkwijzen van de partijen onderzocht zijn, is ook getracht de partijen in te delen in bepaalde categorieën om zo een profielschets te kunnen vormen. Dit is gedaan omdat voornamelijk de unieke lokale partijen wat betreft ideologie moeilijk te plaatsen zijn. Door te identificeren wat voor soort partijen het zijn, is het mogelijk de gedachtegang achter het partijbeleid te verklaren. Om zowel de werkwijze als het ideologisch profiel te kunnen vaststellen is er op drie verschillende manieren gekeken naar iedere partij. Dit vond plaats op basis van *naamgeving van de partij, interviews en partijprogramma's*.

## **Naamgeving**

De eerste fase was om te kijken of de partijen op basis van hun naam al informatie verschafden over het soort partij dat ze zijn. Op basis hiervan is al een eerste selectie mogelijk voor categorisering.

## **Interviews**

Alleen een naamgeving biedt onvoldoende informatie voor een partijprofiel, dus zijn er meer methoden toegepast. Om meer te weten te komen over de partij zelf zijn interviews gehouden met vertegenwoordigers van de politieke partijen. Een interview is een kwalitatieve onderzoeksmethode, die geschikt is om ideeën en het gedrag te achterhalen van de persoon in kwestie (Boeije, 2014). Op deze manier kon er veel verschillende informatie worden verkregen. Met behulp van het kijken vanuit dit perspectief, het perspectief vanuit de partij zelf, is het mogelijk om de gedachtegang en de keuzes van de politieke partij te verklaren. Ook kan op deze manier inzicht gekregen worden in de werkwijze van de partijen en hoe zij hun mobilisatiefunctie (het werven van leden en kiezers) uitvoeren. Deze interviews waren semi-gestructureerd, wat inhoudt dat er vooraf een lijst met onderwerpen is opgesteld die in het interview aan bod zouden komen (Boeije, Hart en Hox, 2005). Een semi-gestructureerd interview heeft een aantal voordelen voor de onderzoeker. Bij een semi-gestructureerd worden er vooraf onderwerpen geselecteerd die behandeld worden in het interview, zodat de regie bij de interviewer blijft. Ook wordt hiermee voorkomen dat de verschillende interviews inhoudelijk te veel van elkaar afwijken. Wanneer interessante feiten en antwoorden naar voren komen, is er de mogelijkheid om over bepaalde onderwerpen door te vragen (Bryman, 2012). In totaal zijn er 12 interviews afgenomen, waarvan de gemiddelde duur lag tussen de 45 en 60 minuten. Voorafgaand aan het gesprek is aan alle kandidaten medegedeeld dat het interview werd opgenomen en dat zij het resultaat van het onderzoek krijgen toegestuurd voordat het wordt gepubliceerd. In het onderzoek zijn de namen van de geïnterviewden niet genoemd in verband met mogelijke bezwaren omtrent anonimiteit.

## **Partijprogramma's**

Een derde perspectief kon worden verkregen door het onderzoeken van partijprogramma's van iedere partij. Hiermee kan worden ingezien in hoeverre partijen zich houden aan hun programmatische functie en hoe duidelijk zij hun ideologie laten horen. Naast het partijprogramma leek het interessant om ook iedere partij om campagnemateriaal te vragen ter vergelijking. De verzameling hiervan verliep echter moeizaam, omdat er te grote verschillen bestonden tussen de aanwezigheid en diversiteit van dit materiaal bij de verschillende partijen. Om die reden is besloten het campagnemateriaal niet te onderzoeken, maar alleen de partijprogramma's.

De partijprogramma's komen voor alle partijen in grote mate overeen en kennen allen een lijst met de belangrijkste aandachtspunten. Voornamelijk op deze punten zijn de programma's inhoudelijk vergeleken, om te zien waar de grootste overeenkomsten, dan wel verschillen te zien waren.

## **Verwerking resultaten**

Op drie verschillende manieren is informatie verworven over het profiel en de werkwijze van de partijen. Het analyseren van de namen van de partijen heeft weinig uitleg nodig en spreekt voor zich. Bij de interviews en de partijprogramma's heeft de analyse plaatsgevonden op basis van een aantal hoofdthema's en een aantal onderliggende subthema's. Het resultatenhoofdstuk is ook aan de hand van deze thema's ingedeeld. De hoofdthema's zijn: ideologische profilering van de partijen, communicatiestrategie van de partij en omgang met lokale identiteit. Onder deze thema's hangen nog een aantal subthema's die meer ingaan op specifieke onderdelen van die onderwerpen.

De afgenomen interviews zijn opgenomen en uitgeschreven. De transcripties hiervan dienden als analysemateriaal. In het geval van de partijprogramma's zijn vooral de speerpunten uit het partijbeleid genomen als leidraad.

# Resultaten

---

In dit onderdeel worden de resultaten van het thesisonderzoek gepresenteerd. Het is opgedeeld in verschillende hoofdstukken. Aan de hand van deze hoofdstukken komen de onderzochte bronnen en politieke partijen aan bod en is toegewerkt naar het beantwoorden van de bijbehorende deelvragen. Eerst zijn de partijen geprofileerd aan de hand van de methode, zoals beschreven in het vorige onderdeel. Vervolgens worden de thema's: communicatie naar de burger en omgang met lokale identiteit besproken. Per thema is bekeken in hoeverre deze van invloed is geweest op het succes bij de lokale verkiezingen. De resultaten zijn een opmaat naar de conclusie en de beantwoording van de hoofdvraag.

## Hoofdstuk 1: Ideologie van lokale politieke partijen

In elke gemeente zijn de partijen aan hand van hun naamgeving, partijprogramma en resultaten uit de gehouden interviews bekeken, om daarmee een inhoudelijk partijprofiel te kunnen schetsen. Dit hoofdstuk behandelt enerzijds de unieke lokale partijen, waar de profilering hoofdzakelijk belangrijk voor is en anderzijds de lokale afdelingen van landelijke partijen. Het ideologisch profiel van die laatste groep is vanwege hun landelijke banden al meer bekend, dus zullen deze korter worden behandeld.

### Unieke lokale partijen

In het onderzoek zijn vijf unieke lokale politieke partijen bekeken. Uit elk van de vier gemeenten is er minimaal één unieke lokale partij onderzocht, met uitzondering van de gemeente Oegstgeest, waar twee unieke lokale partijen hebben meegedaan. Per gemeente zullen de partijen worden besproken.

#### Invalshoek 1: Naamgeving

In de eerste invalshoek is gekeken naar de naamgeving van de partijen. Op basis van deze naamgeving is bekeken of zij ingedeeld kunnen worden in een bepaalde categorie uit het schema van Boogers, Lucardie en Voerman (2007).

#### Oegstgeest

Eén van de twee lokale partijen in Oegstgeest is de partij Hart voor Oegstgeest, voorheen bekend als Leefbaar Oegstgeest. In het kader van naamgeving is deze partij interessant, omdat zij sinds oktober 2016 hebben gekozen voor een naamsverandering. De reden hiervoor werd duidelijk in gesprek met de fractievoorzitter en een raadslid van de partij: *“We hadden last van het woord Leefbaar (...). Mensen willen niet op een Leefbaar partij stemmen. Mensen die hier komen wonen, moeten we steeds uitleggen dat we daar niks mee te maken hebben”*. Door de naam te veranderen lijken ze aan te willen geven dat ze er alleen zijn voor Oegstgeest en geen banden hebben met andere partijen met Leefbaar in de naam. Toch zouden ze op basis van de literatuur onder de **Leefbaarpartijen** worden geschaard, omdat hun gedachtengoed niet aanzienlijk veranderd is met de naamsverandering.

De tweede lokale partij in de gemeente Oegstgeest is Lokaal Oegstgeest. Lokaal Oegstgeest is ontstaan als afsplitsing van de partij met de voormalige naam Leefbaar Oegstgeest, nu Hart voor Oegstgeest. De partij deed met de vorige verkiezingen voor het eerst mee. Aan de naam af te leiden is Lokaal Oegstgeest geen partij met een duidelijk ideologisch profiel, maar meer een partij die opkomt voor de belangen van Oegstgeest. Om die reden is de partij ingedeeld bij de categorie **algemeen belang**.

### Teylingen

De lokale partij van Teylingen, Trilokaal, heeft een naam die verwijst naar de geschiedenis van de gemeentelijke fusie uit 2006. Teylingen bestaat uit drie dorpskernen en met de naam Trilokaal geeft men aan er te zijn voor alle drie de kernen van de gemeente. In het partijprogramma wordt aangegeven dat Tri staat voor Toegankelijk, Realistisch en Initiatief. Met deze naamgeving lijkt de partij aan te willen geven waar ze voor staan en geven ze aan een bepaalde insteek te hebben, wat kan duiden op een ideologie. Toch valt een dergelijke ideologie niet geheel af te leiden uit alleen de naam, dus zou de partij geplaatst worden onder de categorie **overige partijen**.

### Noordwijkerhout

De enige lokale en jongste partij van de gemeente Noordwijkerhout is NZ Lokaal. De partij deed sinds de vorige verkiezingen voor het eerst mee en werd meteen één van de grootste partijen. De naam NZ Lokaal staat voor Noordwijkerhout en de Zilk Lokaal, de twee kernen van de gemeente. Hiermee lijkt de partij aan te geven dat ze er zijn voor de hele gemeente, maar ook duidelijk de twee kernen benoemd willen hebben. Op basis hiervan zou de partij strijden voor **algemeen belang** en zouden ze dus onder die categorie geplaatst kunnen worden.

### Noordwijk

PUUR Noordwijk is momenteel de grootste lokale partij van Noordwijk en tevens ook de grootste partij in de gemeente. De naamgeving van de partij geeft aan dat ze volledig gericht zijn op Noordwijk. De naam PUUR is geen afkorting. Wel staat op de website van de partij staat als ondertitel van de partij: "Een onafhankelijke puur Noordwijkse partij voor alle groepen in de Noordwijkse samenleving!" Daarmee lijkt PUUR te duiden op hun onafhankelijkheid van de invloed van buitenaf zoals bij de landelijke partijen. Met deze aanduidingen zou PUUR Noordwijk vallen onder de **onafhankelijke burgerpartijen**.

## Invalshoek 2: Partijprogramma's

Om de ideologische profielen van de partijen verder te duiden is gekeken naar het partijprogramma van elke partij met daarbij de focus op de speerpunten van de iedere partij. Ook hierbij worden de unieke lokale partijen per gemeente besproken.

### Oegstgeest

In het partijprogramma van Hart voor Oegstgeest komt duidelijk naar voren waar ze voor staan. In het voorwoord staat meteen dat ze dé lokale partij van het dorp zijn en dat ze geen banden hebben met de nationale politiek. Daarnaast telt het programma 14 pagina's. Om het programma ideologisch te kunnen duiden worden de vier dimensies van Boogers, Lucardie en Voerman (2007) toegepast. Hart voor Oegstgeest staat niet duidelijk voor een linkse of rechtse politiek. De algemene toon van het partijprogramma benadrukt wel dat het bestuur van de gemeente er moet zijn voor de bewoners. Uit het partijprogramma blijkt dat Hart voor Oegstgeest zwaar tilt aan de bestuurscultuur van de gemeente. Het bestuur zou transparanter en efficiënter moeten. Daarnaast koesteren zij de kleinschaligheid van het dorp en kunnen een hoop zaken intern worden aangepakt. De partij is wel voor het kijken naar strategische samenwerking binnen de regio, maar niet ten koste van de gemeentelijke identiteit. De gemeente moet volgens hen ook ondernemers en particulieren steunen. Hierdoor zou de partij meer aan de rechterkant van het spectrum komen te zitten dan aan de linkerkant. Ook wordt de prettige leefomgeving aangehaald als kwaliteit van het dorp die niet verloren mag gaan. Ze zijn dus meer voor groen dan voor groei. Het partijprogramma zou bestempeld kunnen worden als een **lokalistisch programma**, vanwege de nadruk op het belang van de gemeente als geheel en de eenheid ervan.

Het partijprogramma van Lokaal Oegstgeest is vergeleken met de andere partijprogramma's relatief kort. Het document beslaat twee pagina's. In het programma presenteren zij zich als een nieuwe

partij. Daarnaast hanteren ze een aantal thema's waar ze zich hard voor willen maken. Op de sociaal-economische schaal lijkt de partij aan de linkerkant te liggen. De thema's die zijn gericht op sociaal beleid zijn namelijk goed vertegenwoordigd. Op cultureel gebied kan weinig worden gezegd over het programma en de partij, behalve dat er veel gesproken wordt over 'samen' en 'verbinden'. Op het gebied van bestuur is de partij erg voor efficiëntie en transparantie. Tot slot hecht de partij waarde aan de duurzaamheid en leefbaarheid van het dorp. Groen is daarbij belangrijk, en groei komt niet zozeer terug in het partijprogramma. Het programma van Lokaal Oegstgeest heeft relatief sterke accenten richting een ideologisch gedachtengoed. Het programma kan daarom grotendeels worden gekwalificeerd als een **ideologisch programma**.

#### Teylingen

De partij Trilokaal heeft een redelijk uitgebreid programma opgesteld van 21 pagina's. In dat programma komt allereerst duidelijk naar voren dat de partij oog heeft voor alle drie de kernen van de gemeente. Voor ieder dorp zijn er hele specifieke aandachtspunten in het programma verwerkt. Het tweede wat opvalt, is dat naast dat ze een lijst hebben met algemene standpunten er ook punten zijn die ingaan op specifieke doelgroepen, zoals de sociaal zwakkeren, mindervaliden, jongeren en ouderen. In die zin kan worden gesteld dat de partij nadruk legt op sociaal beleid en daarmee aan de linkerkant van het politieke spectrum zit. Ook zien ze graag een gemeentelijke organisatie die dienstbaar is aan de burger. Om te zeggen dat het bij uitstek een linkse partij is, kan op basis van het partijprogramma niet duidelijk worden vastgesteld. De partij is wel erg voor lokale betrokkenheid. De letter I in Trilokaal staat voor Initiatief, waarmee wordt aangegeven dat er veel naar bewoners geluisterd moet worden. Een laatste belangrijk punt dat Trilokaal in haar partijprogramma aankaart is verbondenheid tussen de drie gemeentelijke kernen, met behoud van het karakter van ieder van die kernen. Omdat Trilokaal duidelijk te kennen geeft op te komen voor bepaalde doelgroepen heeft het programma veel weg van een **belangenprogramma**. Het programma is hier echter niet volledig op gericht en kaart ook andere zaken aan die algemener zijn. In die zin is het programma meer **lokalistisch** te noemen. Voor beide soorten zijn argumenten gevonden.

#### Noordwijkerhout

In het partijprogramma van NZ Lokaal, dat 10 pagina's telt, stelt de partij zich voor als een nieuwe partij die opkomt voor de lokale gemeentelijke belangen. In de opgestelde tien belangrijkste punten komt dit ook duidelijk naar voren. De eerste twee punten daarvan zijn dorpskarakter en zelfstandigheid, waarmee wordt aangegeven dat ze geen grote veranderingen willen zien in de gemeente. Gezien het partijprogramma is er geen eenduidige rol voor ingrijpen van de gemeente. Op het gebied van economie en winkelveorzieningen is de partij voor een proactieve overheid, maar bij het punt over welzijn staat weer: *"Welzijn is een groot goed, maar de rol voor de overheid is een beperkte"*. Op cultureel beleid onderscheidt de partij zich wel duidelijk met de overige partijen. Er is een apart punt gewijd aan arbeidsmigranten die werkzaam zijn in de gemeente. De partij ziet graag dat die mensen geholpen worden met integratie en huisvesting. Op dat gebied heeft de partij een tolerante houding ingenomen. Tot slot is de partij niet gericht op groei van de gemeente, maar wel op behoud van groen. Dit is te merken aan hun standpunten op het gebied van woningbouw in het partijprogramma. Een uitspraak als: *"NZ Lokaal is voorstander van meer groen in de gemeente, behoud van het bestaande en uitbreiden van groene plekken in bebouwde delen van de kernen"* is hier een voorbeeld van. NZ Lokaal is volgens hun programma een partij die zich op vele fronten inzet en dit doet vanuit het belang van de gemeente. Om die reden heeft het de kenmerken van een **lokalistisch** programma.

#### Noordwijk

Het partijprogramma van PUUR Noordwijk is van alle onderzochte programma's het uitgebreidst en telt 47 pagina's. In het programma is niet een duidelijk herkenbare ideologie waar te nemen. Het programma is sterk gericht op plaatselijke projecten, bouwplannen en betrekken van de burger bij de



politiek. Sociaal-economisch gezien is de partij moeilijk in te delen op het traditionele politieke spectrum. In het partijprogramma wordt vaak herhaald dat PUUR Noordwijk er is voor alle inwoners en dat alles in samenspraak gedaan moet worden. De partij hanteert daarbij termen als OOG & OOR-politiek en de visie van Horen, Zien en Bereiken. In het hele beleid en het proces eromheen wordt de burger erbij betrokken. Die visie klinkt door in het hele partijprogramma. Wel wil de partij een teruggetrokken overheid en van een bestuurderscultuur naar een bewonerscultuur gaan. Op het gebied van groei neemt de partij ook duidelijke standpunten in. Samenwerking in de regio wordt niet met open armen ontvangen en er wordt voorzichtig bekeken of het voordelen oplevert voor Noordwijk. In dat opzicht is de partij terughoudender dan een andere partij in de gemeente. Ook wil de partij dat het karakter van Noordwijk in stand wordt gehouden. PUUR Noordwijk kijkt echter als het gaat om de toekomst verder vooruit dan andere partijen met een toekomstvisie voor 2025 in het partijprogramma. Het programma van PUUR Noordwijk is qua vorm en inhoud het best te definiëren als een **lokalistisch** programma.

### **Invalshoek 3: Doelstellingen volgens lokale partijen zelf**

In de laatste en derde invalshoek zijn de partijen zelf gevraagd naar hun doelstellingen en oprichtingsmotieven. Op basis van deze interviews kunnen de partijen nader worden ingekaderd wat betreft hun ideologisch profiel. Wederom is de indeling per gemeente aangehouden.

#### Oegstgeest

Uit het gesprek met de fractievoorzitter en raadslid van Hart voor Oegstgeest is gebleken dat de partij, die ooit is opgericht als Leefbaar Oegstgeest, voortkwam uit verzet tegen megalomane bouwplannen van het bestuur destijds. Er waren grote bouwplannen die in veel ogen van de bewoners het rustige en groene Oegstgeest zouden aantasten. De partij Leefbaar Oegstgeest werd dus opgericht uit protest tegen deze ontwikkelingen en voor behoud van het dorps karakter. De motieven 'onvrede' en 'actie tegen plannen' zijn hier herkenbaar vanuit de literatuur. Inmiddels heet de partij anders, maar houdt zich nog steeds vast aan dezelfde doelstellingen.

De speerpunten volgens de geïnterviewden zijn het veranderen van de bestuurscultuur ("*achterkamertjespolitiek*"), het op orde brengen van de financiële huishouding en de regionale positie van de gemeente. Het laatste punt is volgens de fractievoorzitter het meest actueel en hij benoemt dan ook dat "*de druk om te gaan herindelen groot is*". Dit vanwege grootschalige vraagstukken die zijn ontstaan na de decentralisaties richting gemeenten. De partij staat voorzichtig tegenover die nauwere samenwerking, omdat het de zelfstandigheid van Oegstgeest wil blijven behouden. Er zijn andere partijen in de raad die een herindeling echter wel zien zitten. Afgaande op de typologie die Boogers, Lucardie en Voerman (2007) hanteren zou Hart voor Oegstgeest een **lokalistische partij** zijn, omdat hun voornaamste zorgen zijn gericht op bestuur en karakter van de gemeente.

Een andere partij uit Oegstgeest, Lokaal Oegstgeest, is een afsplitsing van de voorgaande partij. Een afsplitsing komt meestal voort uit een intern geschil; degenen die eruit stappen willen een andere koers varen. Dit is ook bij deze afsplitsing het geval geweest. Het belangrijkste oprichtingsmotief is daarom in dit geval 'onvrede'.

De doelstellingen van de partij komen voor een deel overeen met die van Hart voor Oegstgeest, maar de manier waarop verschilt. Zo stelt de fractievoorzitter van Lokaal Oegstgeest in een interview dat de partij zeer kritisch aankijkt tegen de financiële situatie van de gemeente. Dit was namelijk zijn hoofdreden om de politiek in te gaan; proberen de schuldpositie van Oegstgeest te verbeteren. Daarnaast staat bestuurlijke transparantie en integriteit hoog op de agenda bij de partij. De totstandkoming van Lokaal Oegstgeest was hier grotendeels aan te danken. Ook stelt de fractievoorzitter dat regionale samenwerking een punt van belang is, maar de partij staat daar naar eigen zeggen pragmatisch in door de mogelijkheden te onderzoeken zonder van te voren stelling in te nemen. Hij zet dit punt kracht bij door te benoemen dat dit voor een dorp als Oegstgeest de manier is om verder te komen: "*Wij zitten eigenlijk ook op een lijn, die verdergaande samenwerking,*

want eigenlijk is het bestaansrecht van een dorp van 25000 inwoners heel beperkt in de huidige tijd". Lokaal Oegstgeest is uit onvrede met het huidige bestuur en partijstructuur ontstaan, maar toch is het geen typische **protestpartij**. De partij zet in op een kwalitatief bestuur van de gemeente en heeft daarom meer kenmerken van een **lokalistische partij**.

#### Teylingen

De partij Trilokaal uit Teylingen kent een heel andere ontstaansgeschiedenis. De gemeente Teylingen bestaat uit drie dorpskernen die in 2006 zijn samengevoegd. In twee van de drie kernen was er al een unieke lokale partij en met de herindeling zijn die gefuseerd tot de partij Trilokaal. De belangrijkste oprichtingsmotieven zijn het brengen van een nieuw soort politiek/ideologie en het verkleinen van de kloof tussen burger en politiek. Wat de partij namelijk naar eigen zeggen uniek maakt is hun zeer lokale, wijkgerichte aanpak. De fractievoorzitter van de partij is van mening dat *"men niet verder kijkt dan zijn eigen wijk (...). Je omgeving is niet groter dan het wijkje waar je woont"*. Deze aanpak is niet terug te vinden bij andere partijen volgens Trilokaal.

De voornaamste doelstellingen van de partij zijn dus om de burger zo veel mogelijk te betrekken bij de politiek en daarbij rekening houden met verschillende doelgroepen zoals ouderen, jongeren, mindervaliden etc. Bij lokale problemen dient volgens de partij zo veel mogelijk gekeken te worden naar de lokale gevolgen ervan. In een voorbeeld vertelt de fractievoorzitter dat het aanleggen van een kruising in plaats van een rotonde de doorstroming zou verbeteren voor regionaal verkeer, maar dat lokale bewoners daar meer last van hebben. Die specifieke aanpak gericht op lokale wijken en problemen maakt dat de typologie van de partij lijkt op **belangenpartij**. Toch is de partij niet gericht alleen gericht op bepaalde doelgroepen, maar hecht ook waarde aan het algemeen belang waardoor de partij ook kan worden gecategoriseerd als een **lokalistische partij**.

#### Noordwijkerhout

De unieke lokale partij uit Noordwijkerhout, NZ Lokaal, kent een aantal duidelijke oprichtingsmotieven, blijkt uit een gesprek met de fractievoorzitter. Eén van de punten waarom de partij werd opgericht was omdat er te weinig geluisterd zou worden naar de burger. Daarom hecht de partij veel waarde aan het verbeteren van de communicatie tussen gemeente en burger. Een andere reden is uit onvrede met het lokale bestuur. De fractievoorzitter stelt dat zij zich afzetten tegen de gevestigden van de landelijke afdelingen van lokale partijen, omdat zij daar al zo lang zitten en al zo lang het beleid van de gemeente bepalen.

De belangrijkste doelstelling van de partij zijn de eerder genoemde communicatie met de burger; *"meer de burger duidelijk maken dat dat gemeentehuis er is voor hen en niet andersom"*. Daarnaast zetten ze in op het dorpsse karakter van de gemeente. Samenwerking met andere gemeenten is noodzakelijk, maar niet ten koste van de zelfstandigheid is wat de partij hiervan zegt. Tot slot zijn duurzaamheid en groen belangrijker dan groei, doelend op een stuk groen in de gemeente dat dreigt te verdwijnen voor de bouw van huizen. NZ Lokaal is opgekomen als een partij om een nieuw geluid te laten horen en strijd met name voor het karakter en bestuurlijke kwaliteit van de gemeente. Hierdoor past de partij in de categorie **lokalistische partijen**.

#### Noordwijk

De oprichting van de lokale partij PUUR Noordwijk is tot stand gekomen door de fusie van een aantal kleinere lokale partijen, om hierdoor een groter en sterker lokaal geluid te kunnen laten horen. De motieven waarom PUUR Noordwijk aanwezig is in de lokale politiek is omdat zij vonden dat er niet voldoende werd geluisterd naar alle Noordwijkers. De landelijke partijen waren teveel gericht op hun eigen achterban en sloten daarmee andere burgers uit, aldus de fractievoorzitter en wethouder van de partij. Ook is PUUR Noordwijk door hun onafhankelijkheid niet geremd door de nationale politiek. Een bepaalde ideologie is de partij niet bekend: *"Dat is ook het mooie van een lokale partij, dat je van links tot rechts beslissingen neemt. In de fractie praten wij dus ook nooit vanuit een partijbeginnsel, maar vanuit het idee wat wij goed vinden met elkaar"*. Deze twee motieven zijn het meest kenmerkend bij de oprichting van de partij.

De doelstellingen van de partij zijn voornamelijk gericht op het behoud van het karakter van de gemeente, wat tevens een toeristische badplaats is: “we willen geen Zandvoort of Scheveningen worden”. Daarnaast is de zelfstandigheid van de gemeente een belangrijk punt. Regionale samenwerking wordt niet uitgesloten, maar een fusie wel. Op basis van deze motieven en doelstellingen kan worden gesteld dat ook PUUR Noordwijk een typische **lokalistische partij** is, volgens de indeling van Boogers, Lucardie en Voerman (2007).

### Overzicht unieke lokale partijen

In de voorgaande paragrafen zijn de partijen aan de hand van de invalshoeken naamgeving, partijprogramma en doelstellingen/oprichtingsmotieven geanalyseerd. De uitkomsten daarvan staan in onderstaande tabel vermeld, met in de laatste kolom de definitieve indeling voor zover dat mogelijk was.

Tabel 13: Overzicht categorieën unieke lokale partijen

Partij	Naamgeving	Partij-programma	Interview	Ideologisch profiel
<i>Hart voor Oegstgeest</i>	Leefbaarpartij	Lokalistisch	Lokalistisch	Omdat zowel uit het partijprogramma als uit het interview een lokalistische categorie komt, is de ideologische plaatsing <b>lokalistisch</b> .
<i>Lokaal Oegstgeest</i>	Algemeen belang	Ideologisch	Lokalistisch/ Protest	Geeft in het partijprogramma op verschillende thema's een sociaal beleid weer. Qua oorsprong een protestpartij, maar is volgens haar doelstellingen bezig met het belang van de gemeente. Om die reden vooral een <b>lokalistische partij</b> .
<i>Trilokaal</i>	Overige	Lokalistisch/ Belangen	Lokalistisch/ Belangen	Blijkend uit zowel het programma als het interview is het enerzijds een partij die opkomt voor de belangen van de gemeente op zich. Aan de andere kant vertoont de partij kenmerken van een belangenpartij, in die zin dat ze aandacht hebben voor specifieke doelgroepen binnen de gemeente, zoals ouderen, jongeren en mindervaliden. De partij ligt daarom op de grens van een <b>lokalistische</b> en een <b>belangenpartij</b> .
<i>NZ Lokaal</i>	Algemeen belang	Lokalistisch	Lokalistisch	Zowel uit het partijprogramma als uit de antwoorden van de partijleider zelf komt naar voren dat de partij het meest wegheeft van een lokalistische partij. Ook uit de naamgeving blijkt dat deze partij opkomt voor het lokale algemene belang. De partij kan dus het beste onder de categorie <b>lokalistische partijen</b> geplaatst worden.

PUUR Noordwijk	Onafhankelijke Burgerpartij	Lokalistisch	Lokalistisch	Uit het interview en het partijprogramma van PUUR Noordwijk komt duidelijk naar voren dat ze opkomen voor de belangen van Noordwijk en alle inwoners. De naamgeving bedrukt de onafhankelijk- en zelfstandigheid die ze met de gemeente voor hebben. Hierom kan PUUR Noordwijk het beste als een <b>lokalistische partij</b> worden gezien.
-------------------	--------------------------------	--------------	--------------	---

Wat opvalt bij de tabel is dat haast alle partijen het meest overeenkomen met het type lokalistische partij. Een tweetal partijen had ook raakvlakken met een ander type partij. Dit geeft aan dat unieke lokale partijen moeilijk in een hokje te plaatsen zijn.

### Landelijke lokale partijen

De landelijke lokale partijen hebben meestal een meer herkenbaar profiel dan de unieke lokale partijen en dragen vaak de naam van de landelijke partij. Vandaar dat in deze paragraaf niet is gekeken naar de invalshoek naamgeving. Wel zijn de invalshoeken partijprogramma en doelstellingen gebruikt, om op die manier een vergelijking te kunnen trekken met de unieke lokale partijen. Hier is de indeling per landelijke partij aangehouden, omdat de drie VVD-fracties hier gezamenlijk zijn bekeken.

#### D66 Oegstgeest

De politieke afdeling van D66 in Oegstgeest deed sinds de voorgaande verkiezingen weer als zelfstandige partij mee. Hiervoor waren zij onderdeel van de lijstverbinding tussen de partijen Partij van de Arbeid, GroenLinks en destijds D66. Van deze partij, Progressief Oegstgeest, hebben zij zich afgesplitst, omdat er volgens D66 een nieuwe wind moest gaan waaien. Dit bleek uit een interview met een plaatsvervangend commissielid van de partij, vragend naar de reden voor de afsplitsing. Hoe D66 zich onderscheidt van de andere partijen in de gemeente is onder andere terug te lezen in het partijprogramma. Het partijprogramma is met 39 pagina's redelijk uitgebreid en is ingedeeld in verschillende thema's. Dat D66 Oegstgeest zich wel duidelijk bindt aan de landelijke partij blijkt uit een aantal punten uit het partijprogramma, waarin herkenbare thema's terugkomen zoals duurzaamheid, onderwijs en samenwerking met de regio (daar waar de landelijke D66 pro-Europa is en dus pro-samenwerking). Op de schaal van het sociaal-economische spectrum ligt D66 ongeveer in het midden. In het partijprogramma komt dit terug door te zeggen dat ze sociaalliberaal zijn. Verder zijn er geen uitspringende standpunten waaruit dit duidelijk blijkt. Daarnaast zet D66 veel in op een groene leefomgeving en behoud van een dorps karakter. Groeimogelijkheden van het dorp Oegstgeest behoort niet tot de prioriteiten van D66. Groei en ontwikkeling is mogelijk, maar vooral in samenwerking met de omliggende gemeenten. Dit laatste punt keert vaak terug in het partijprogramma. Het programma is deels een **ideologisch** programma, vanwege hun herkenbare standpunten en deels **lokalistisch**, omdat het karakter van de gemeente hoog aangeschreven staat. In het interview kwam ook duidelijk naar voren dat D66 zich sterk maakt voor meer regionale samenwerking en dat ze zich daarmee onderscheiden van de andere partijen in de gemeente: *“Wat ik op dit moment denk, wat ons anders maakt is dat wij een heel erg open blik naar de regio hebben. Deze gemeente is klein, heeft niet heel veel inwoners en heeft ontzettende budgettaire problemen en wat we eigenlijk zien, door de decentralisaties komen we voor de keuze te staan: willen we voldoende voorzieningen behouden voor ons inwoners dan moet er iets veranderen”*.

De voornaamste doelstelling is dan ook voor D66 om de gemeente qua karakter te houden zoals hij is, maar wel open te staan voor samenwerking met de regio.

### PvdA Noordwijkerhout

De PvdA is een van de partijen in Noordwijkerhout die is gelieerd aan een landelijke partij. De PvdA landelijk staat bekend om haar socialistische ideologie. Die ideologie komt voor een groot deel terug bij de lokale partijafdeling.

Waar de lokale PvdA voor staat blijkt al uit een citaat uit het voorwoord van het partijprogramma: *“Vanuit onze waarden en onze sociaaldemocratische visie.”* Als verder naar het programma gekeken wordt, komen daar wel punten in voor die herkenbaar zijn voor een socialistische partij. Wat betreft sociaal-economisch beleid maakt de PvdA zich sterk voor werk, inkomen en voorzieningen, vooral voor de minderbedeelden in de samenleving. Daar waar de gemeente kan ondersteunen moet ze dat doen. Daar zit de partij duidelijk links op het politieke spectrum. Lokale betrokkenheid en burgerinitiatieven zijn punten die in een passage van het partijprogramma specifiek worden benoemd, ook al gaat dit stuk meer over de bevordering van communicatie tussen gemeente en burger. Verder in het programma komt dit punt niet nadrukkelijk terug. In het spanningsveld tussen groen en groei kiest de PvdA wel duidelijk voor groen, blijkt bijvoorbeeld uit dit citaat uit het partijprogramma: *“Het accent moet daarbij liggen op plaatselijke doorstromingsmaatregelen. Alleen als er aantoonbaar zeer positieve effecten zijn te bereiken en natuur en landschap niet bovenmatig worden aangetast is nieuwe infra bespreekbaar”*. Het partijprogramma van de PvdA hier is duidelijk **ideologisch**, maar ook voor een deel een **belangenprogramma**. Ideologisch vanwege hun socialistische standpunten, maar ook gericht op de minder sterke, sociale groepen binnen de gemeente.

De in het interview gevraagde doelstellingen komen grotendeels overeen met het partijprogramma. De PvdA is de kleinste partij binnen de gemeenteraad, maar stelt zich wel op als voorvechter van het sociale geluid binnen de gemeente, aldus de fractievoorzitter. Ook op het gebied van ruimte profileren zij zich sociaal. Ze pleiten voor de handhaving van 30% sociale woningbouw, om iedereen van huisvesting te kunnen voorzien. De socialistische ideologie van de PvdA klinkt ook hierin dus door.

### CDA Noordwijkerhout

Het CDA is landelijk bekend als het gaat om zijn ideologische standpunten. In het partijprogramma van de partij lijkt ook het lokale CDA achter deze visie te staan. Dat is ook terug te lezen in citaten uit het programma zoals: *“De visie van het CDA op de samenleving is nog steeds actueel (...). We geloven dat mensen samen heel veel kunnen, dat mensen naar elkaar om willen zien, en wij doen daarom een Appèl op U. Dat ziet u in de fundamenteën van het CDA: solidariteit, gerechtigheid, gespreide verantwoordelijkheid en rentmeesterschap”*.

Als wordt gekeken naar de inhoudelijke punten van de partij is te zien dat het CDA zich veel begeeft op het sociale vlak. Dit blijkt uit het aantal thema's in het partijprogramma dat hier aandacht aan besteed, zoals sociale veiligheid in de wijk en betaalbaar wonen. Lokale betrokkenheid is voor het CDA ook een belangrijk punt. Dit uit zich in een aanpak waarin het bestuur eerst in gesprek gaat met de inwoners voordat er beslissingen worden genomen. Op die manier krijgt de burger meer inspraak in het bestuur van de gemeente. Aan de andere kant is de partij ook voor een krachtiger en slagvaardiger bestuur om het voornamelijk voor ondernemers helderder en prettiger te maken. Hierop afgaand zou de CDA een centrum-linkse partij zijn binnen Noordwijkerhout. Het partijprogramma van CDA Noordwijkerhout is **ideologisch** te categoriseren.

In gesprek met een raadslid van de partij komen de doelstellingen van de partij grotendeels overeen met de standpunten in het programma. Het CDA wil, onder de grotere partijen in de gemeente, graag het sociale geluid zijn. Dit doen ze door onder andere op te komen voor sociale woningbouw. Het CDA is zowel in het partijprogramma en in gesprek met het raadslid duidelijk te herkennen in waar ze voor staan en is in grote lijnen te verenigen met dat van de landelijke CDA.

### Lokale VVD fracties

In het onderzoek zijn VVD-fracties uit drie verschillende gemeenten (Teylingen, Noordwijkerhout en Noordwijk) betrokken. Deze zijn hier samengenomen, zodat ze onderling ook vergeleken kunnen worden. De VVD heeft landelijk een duidelijk ideologisch profiel. Dat betekent niet dat die ideologie

één op één terug te vinden is bij de lokale VVD. De fractievoorzitter van de VVD Teylingen omschrijft de band met de landelijke VVD als volgt: *“De landelijke partij bewaakt niet onze acties (...). Het is wel zo dat we allerlei lijnen van de landelijke partij min of meer steunen. Dat betekent niet dat je niet kan afwijken, want lokaal liggen dingen soms anders. Maar wij onderhouden best wel nauwe lijnen met Den Haag”*. De VVD in gemeente Noordwijkerhout ondersteunt net als de landelijke VVD het liberale gedachtegoed, maar tegelijkertijd stelt de partij dat ze zich bijna niks aantrekken van de landelijke partij. Zo zegt de fractievoorzitter hierover: *“De VVD is in het dorp heel lokaal gericht, staan bijna helemaal los van wat we landelijke aan het doen zijn. Het is heel nauw gelieerd aan het verenigingsleven”*. De derde lokale VVD-afdeling is de VVD Noordwijk. In tegenstelling tot de andere twee VVD-fracties is de VVD Noordwijk wel sterk gelieerd aan de nationale VVD, volgens de toenmalig campagneleider voor de partij. Zo zei hij onder andere: *“Heel veel dingen die Den Haag zegt, worden overgenomen. Er zit niet zo heel veel vernieuwing in lokale standpunten. Wat Den Haag zegt, zegt VVD Noordwijk eigenlijk ook”*.

Die verschillen in opvatting over de verbondenheid met de landelijke VVD zijn niet overal terug te vinden in de partijprogramma's. De standpunten van alle drie de partijen leunen wel duidelijk richting het liberale gedachtegoed. Dit is ook het punt waar ze zich op onderscheiden van andere partijen, aldus de fractievoorzitter van de VVD Noordwijkerhout: *“Het belangrijkste is dat we behoorlijk liberaal zijn, behoorlijke achterban ook, Noordwijkerhout bestaat uit veel ondernemers. Landelijk gezien stemt ook een kwart van de bevolking VVD. Al jaren”*. Uit de partijprogramma's wordt ook meteen duidelijk waar de partijen waarde aan hechten. Economie, ondernemers en efficiënt bestuur zijn de belangrijkste punten. De VVD-fracties willen zo min mogelijk regels en barrières voor ondernemers, een kleine gemeentelijke overheid en zijn daarmee sociaal-economisch rechts in te delen op het politieke spectrum. Daarnaast is de VVD ook voor vooruitgang en ontwikkeling, meer dan de andere partijen volgens de VVD Noordwijk: *“De VVD Noordwijk is heel erg voor ontwikkeling, vooruitgang. Terwijl veel andere partijen juist kiezen voor behoud en conservatisme”*. Dit gaat ook grotendeels op voor de andere lokale VVD-fracties.

De VVD-fracties voelen zich in verschillende mate verbonden met de standpunten van de landelijke VVD, maar in hun partijprogramma's komen die gedeelde waarden meestal wel terug. De programma's zijn daarom wel **ideologisch** te duiden. Wat betreft doelstellingen waren de VVD-fracties minder eenduidig, maar zetten wel allen in op vooruitgang, economie en liberalisme.

### **Overzicht landelijke lokale partijen**

De landelijke lokale partijen hebben ten opzichte van de unieke lokale partijen een meer herkenbare ideologie. In de partijprogramma's van alle landelijke lokale partijen in het onderzoek kwamen standpunten terug die gelijkenissen tonen met die van de landelijke afdeling. Enkele partijen (VVD Teylingen en VVD Noordwijkerhout) gaven echter te kennen in een interview dat zij zich niet volledig verenigen met wat de landelijke afdeling van hun partij doet of stelt. Zij richten zich meer op de lokale situatie dan dat zij landelijke beleid doortrekken naar de gemeentepolitiek. Bij de overige partijen waren wel duidelijk overeenkomsten met de ideologische normen en waarden van hun landelijke partij.

In dit hoofdstuk van de resultaten zijn de unieke lokale partijen en landelijke lokale partijen naast elkaar geanalyseerd aan de hand van het partijprogramma en een gesprek met een partijlid. Op basis hiervan zijn de unieke lokale partijen ideologisch ingekaderd en is bij de landelijke lokale partijen gekeken in hoeverre zij de landelijke ideologie van hun partij doorvoeren. Met dit overzicht van de partijen is de basis gelegd om de inhoudelijke werkwijze aangaande communicatie en lokale identiteit verder te analyseren. Uiteindelijk wordt er in het laatste hoofdstuk van de resultaten, mede door middel van deze analyse, een vergelijking gemaakt tussen de unieke lokale partijen en landelijke lokale partijen.

## **Hoofdstuk 2: Communicatie- en campagnevoering**

In dit hoofdstuk van de resultaten wordt de werkwijze met betrekking tot communicatie van lokale politieke partijen besproken. Communicatie met de kiezer is volgens de literatuur in deze tijd erg belangrijk, vanwege de veranderde verhoudingen tussen politiek, media en burger. Daarom komt in dit hoofdstuk aan bod in hoeverre de partijen in dit onderzoek aandacht besteden aan communicatie met de burger en welke redenen zij hiervoor hebben. Daarnaast zijn de communicatiemiddelen die door partijen worden toegepast besproken en worden redenen bekeken waarom deze wel of niet worden toegepast. Ook deze analyse wordt in het laatste hoofdstuk van de resultaten gebruikt om landelijk lokale partijen en unieke lokale partijen met elkaar te vergelijken.

### **Permanente campagne als agendapunt**

Politieke partijen kunnen besluiten om alleen tijdens verkiezingstijd te communiceren met de burger of om het hele jaar door campagne te voeren. In het onderzoek zijn de partijen gevraagd naar hun communicatie- en campagnebeleid en naar hoe hoog zij communicatie op de agenda hebben staan. Op deze vraag werd door de partijen heel verschillend geantwoord. De helft van de partijen geeft aan communiceren wel als actief agendapunt te zien. De andere helft deed alleen aan communicatie in verkiezingstijd.

### **Partijen met permanente campagnevoering**

De partijen in het onderzoek die aangaven wel permanent campagne te voeren zijn de volgende: D66 Oegstgeest, VVD Teylingen, VVD Noordwijkerhout, NZ Lokaal en PUUR Noordwijk. Ondanks dat deze partijen zich bewust ook buiten de verkiezingstijd aan de burger laten zien, geven ze wel te kennen dat de mate van communiceren tijdens de daadwerkelijke campagne hoger ligt dan daarbuiten.

De genoemde partijen geven veelal dezelfde reden op voor het voeren van een permanente campagne. Alle partijen hopen hiermee hun zichtbaarheid en benaderbaarheid te vergroten. Alle partijen, op D66 Oegstgeest na, vertellen erbij dat deze permanente campagne een bewuste strategie is. Voorbeelden van acties die ondernomen worden bij het permanent campagnevoeren zijn: de straat op gaan en flyeren, verenigingen en bijeenkomsten bezoeken, inloopbijeenkomsten organiseren en berichten sturen via de krant, maar voornamelijk sociale media. Deze activiteiten komen structureel wekelijks of maandelijks voor.

### **Partijen zonder permanente campagnevoering**

De overige partijen in het onderzoek gaven aan alleen campagne te voeren en intensief te communiceren met de burger ten tijde van de verkiezingen. Dit waren: Lokaal Oegstgeest, Hart voor Oegstgeest, Trilokaal, CDA Noordwijkerhout, PvdA Noordwijkerhout en VVD Noordwijk. De redenen voor deze partijen om niet permanent campagne te voeren komen grotendeels overeen, maar er zijn kleine verschillen. Waar de partijen het over eens zijn is het gebrek aan effectiviteit van het permanent communiceren. Zij vinden dat de burger buiten de verkiezingen om moeilijk te bereiken is en vinden het daarom niet lonen om hier in te investeren. Enkele partijen ondernemen nog wel een aantal activiteiten, zoals het CDA Noordwijkerhout en de VVD Noordwijk, die een politiek café organiseren eens in de zoveel tijd. Ze geven echter wel toe dat dat het bereik hiervan niet zo groot is.

De verdeeldheid voor het voeren van permanente campagne is binnen de onderzochte partijen groot. Voor de partijen die het wel doen is het een duidelijke en bewuste strategie waarvan zij de meerwaarde inzien. Zij merken dit aan positieve reacties van burgers. De partijen die alleen campagne voeren tijdens de verkiezingen zien die meerwaarde van permanente campagne niet. Permanente campagnevoering bereikt volgens hen te weinig mensen en is daarom niet effectief genoeg.

## **Meerwaarde van communicatie**

Uit de interviews kwam naar voren dat het wel of niet voeren van permanente communicatie afhankelijk bleek van een aantal redenen.

### **Tijd en middelen**

Een eerste reden is de tijd en middelen die ervoor nodig zijn om actief te kunnen communiceren. Een aantal van de niet-actief communicerende partijen gaf aan niet voldoende tijd en mankracht te hebben om effectief en consequent te kunnen communiceren: *“Voor veel mensen is gemeenteraadswerk gewoon een bijbaan, een hele drukke functie. Daarnaast hebben mensen nog een functie van soms 40, 50 à 60 uur per week. En dan schiet het contact met de burger er wel een beetje bij in”*. Dit gold met name voor de wat kleinere partijen. Andere partijen beweren juist dat ze groot zijn geworden, onder andere, door goed te communiceren. Eén van die partijen zei over communicatie: *“Ik denk voor ons heel belangrijk, voor ons als partij moet je zorgen dat we heel veel contact hebben met je lokale inwoners, en dat je daar ook heel veel energie insteekt, anders ben je de naam lokale partij niet waard denk ik”*.

### **Effectiviteit**

Een andere reden die de niet permanent communicerende partijen opgeven heeft betrekking op de effectiviteit. Die partijen hebben gemerkt dat de communicatie die ze hebben geprobeerd te voeren niet goed aan sloeg, zoals één van de lokale partijen in het onderzoek: *“Het werkt niet zo goed. Van beide kanten niet (...). We hebben er geen positieve ervaringen mee in elk geval, het levert niet genoeg op”*. De meeste partijen hebben het over de effectiviteit van de communicatie, ook de actief communicerende partijen. Die laatste groep denkt dat communicatie zeker wel nut heeft, maar je bereikt altijd maar een deel van de mensen die je wilt bereiken. Eén van de respondenten zei hierover: *“Ja, ik denk dat het wel helpt, dat de kloof tussen politiek en inwoner kleiner wordt, naarmate je meer zichtbaar bent (...). Maar of het van invloed is op de lokale verkiezingsuitslag, dat weet ik niet”*.

### **Politieke interesse**

Die effectiviteit heeft voor een deel te maken met in hoeverre de communicatiemiddelen geschikt zijn, maar ook deels met het politieke animo van de inwoners. Een groot deel van de burgers is volgens een aantal partijen slechts geïnteresseerd in politiek wanneer zij er direct mee te maken krijgen. Een kleine groep is heeft wel oprechte interesse, volgens één van de geïnterviewden, *“maar het is niet zo dat heel het dorp op de hoop loopt om bij alles te gaan kijken en luisteren, want het interesseert ze eigenlijk gewoon geen biet. Alleen wat in de backyard gebeurt, dat interesseert ze en meer niet”*. Toch is wel communiceren wel beter dan niet communiceren, vindt de griffier in de gemeente Teylingen. Hij stelt: *“Onderzoek wijst eigenlijk uit dat het niet zoveel uitmaakt. Maar als je naar marketing kijkt, het maakt niet uit wat je zegt, als je maar iets zegt (...). Ik denk wel dat het helpt ja, ik denk wel dat partijen zich moeten laten zien”*. Ook is het volgens hem belangrijk om op die manier de groeiende groep zwevende kiezers te kunnen bereiken.

Voor zowel de partijen die permanent communiceren, als de partijen die dat minder doen geldt dat ze communicatie wel zien als een nuttig middel om als partij meer onder de aandacht te komen. Sommige partijen zien het als een plicht, waar andere partijen het niet altijd op kunnen brengen om uiteenlopende redenen. Bijna alle partijen in het onderzoek erkennen dat communicatie slechts een deel van de mensen bereikt.



## **Communicatiemiddelen tijdens campagnevoering**

Niet iedere partij voert permanent campagne, maar tijdens de verkiezingen laten alle partijen zich wel zien. Volgens de literatuur zijn er verschillende communicatiemiddelen die partijen gebruiken om contact te maken met de kiezer. Deze middelen zijn onder te verdelen in traditionele en moderne middelen. De onderzochte partijen is gevraagd in hoeverre zij gebruik maken van deze middelen en welke redenen zij daarvoor hebben of deze wel of niet toe te passen.

### **Traditionele middelen**

Onder traditionele middelen vallen de gedrukte media, organiseren van debatten of bijeenkomsten en het contact met de burger op straat.

#### ***Gedrukte media***

Een aantal middelen werd standaard gebruikt door iedere partij. Een veel toegepaste manier was het publiceren van berichten in lokale kranten. Dit werd door vrijwel alle partijen gedaan. Eén van de geïnterviewden zei hierover: *“Dit ding (lokale krant) wordt gratis bezorgd bij duizenden huishoudens, dus die komt bij iedereen terecht (...). En als daar je naam in staat, dan denken mensen, dat is die. Ik denk toch dat mensen je daardoor kennen”*. Dit geeft aan dat de lokale kranten een toegankelijk medium zijn voor iedereen, zowel voor zender als ontvanger. Daarnaast is het ook een relatief goedkoop en tijdsbesparend middel om veel mensen tegelijk te kunnen bereiken.

De lokale krant wordt bestempeld als een effectief medium met een groot bereik door een aantal partijen. Dat dit per partij en gemeente anders kan worden gezien, heeft ook te maken met de kwaliteit van de krant zelf. Iemand uit de Oegstgeester politiek vond de plaatselijke krant *“echt een heel hoog niveau”* hebben: *“De Oegstgeester Courant, als je dat gaat kijken, doet niet veel onder voor een Leidsch Dagblad. Ergens anders hebben ze dit misschien niet, dat weet ik niet. Maar dit is toch wel een goed krantje”*. In een andere gemeente werd de lokale krant niet als hoogwaardig beschouwd. Ook zag die partij niet veel heil in het publiceren in een dergelijke krant: *“Maar wij hebben hier ook eigenlijk geen pers, die de lokale politiek daardoor neerzet. (...) En als het gaat om stukken in de krant. Ik vind dat een vorm van reclame maken, die geen recht doet aan de discussie zelf. Ik vind dat je de discussie hier in de raad en de commissie moet voeren”*. Niet alle partijen zijn dus positief over de lokale kranten en dat heeft voor een deel te maken met de kwaliteit en daarmee de effectiviteit van de krant als medium.

#### ***Organiseren van bijeenkomsten***

Een andere manier om te communiceren met de burger is via het organiseren van bijeenkomsten. Deze bijeenkomsten staan vaak in het kader van een bepaald thema en zijn vaak bedoeld voor zowel de eigen leden en achterban, als voor geïnteresseerd publiek. Onder de geïnterviewden was iemand die over themabijeenkomsten zei: *“Dan spreek je wel veel met de burgers, afhankelijk van het thema heb je altijd een deel dat geïnteresseerd is. Je hoort dan wel wat er speelt (...). Ik denk dat dat ook wel communicatie is”*.

Over bijeenkomsten als communicatiemiddel zijn de partijen die het organiseren zelf wel redelijk tevreden. Sceptici vinden dat die bijeenkomsten vaak te algemeen zijn en vooral veel eigen mensen aantrekken, blijkend uit twee citaten: *“Die thema-avonden van (...), dat is wel een beetje incrowd”*, hiermee doelend op het feit dat er vaak dezelfde mensen op af komen. Iemand anders weer vond de bijeenkomsten te algemeen: *“Nee, dan heb je het weer over die algemene onderwerpen. Die we vaak wel belangrijk vinden maar iets minder boeiend zijn. Over die onderwerpen hebben we wel standpunten, maar om daar nou mee op pad te gaan”*. De meningen over dit communicatiemiddel zijn dus verdeeld.

#### ***Raadsvergaderingen***

Nog een manier van communiceren is er één die door weinig partijen werd genoemd, namelijk communicatie door middel van de raadsvergaderingen. Een nieuwe ontwikkeling van de laatste jaren is de videotule. Dit houdt in dat de raadsvergaderingen rechtstreeks, maar ook achteraf, zijn te

bekijken via internet. Via deze verbinding kunnen inwoners mee kijken naar de inzet en de standpunten van die partij in kwestie.

Over de effectiviteit van dit medium wordt verschillend gedacht. Eén partij noemt het wel nuttig, maar eigenlijk voornamelijk tijdens verkiezingen. Een partij in een andere gemeente ondervond wel een probleem bleek uit een korte anekdote: *“Mijn vrouw die volgt het wel, en zij zei dat het beeld op zwart stond en er niks te zien was. Precies op het moment dat wij allerlei moties indienden voor sociaal beleid. Ik heb gelijk gebeld de volgende dag naar de balie en de griffie of ze konden noteren over hoeveel mensen er klagen dat ze het niet hebben kunnen volgen. Niemand”*. Hieruit kan worden opgemaakt dat dit middel weinig tot geen mensen bereikt in die gemeente.

### **De straat op**

Een laatste middel dat door een aantal partijen wordt genoemd is de straat op gaan. Dit wordt door een aantal partijen het hele jaar door bewust gedaan. Dit geldt voor een aantal unieke lokale partijen, maar ook een landelijke partij gaf aan dit te doen. De meesten doen dit echter alleen in verkiezingstijd. Wat de landelijke partijen ook weleens doen is gebruik maken van hun netwerk van partijfracties in de omgeving en nationaal. Zo worden soms gezamenlijke campagne strategieën uitgezet en komt een politicus uit Den Haag een bezoek brengen aan de gemeente. Deze optie hebben de unieke lokale partijen niet.

Over het algemeen werd de straat op gaan door geen enkele partij gezien als een effectief communicatiemiddel, maar werd het meer gezien als een plicht. Het valt volgens de partijen niet op als je aanwezig bent op straat, maar met name in de verkiezingstijd wel als je afwezig bent.

### **Moderne middelen**

Onder de moderne communicatiemiddelen vallen alle middelen of strategieën die niet onder de traditionele middelen vallen, zoals in dit onderzoek het gebruik van digitale en sociale media. Elke partij beheert bijvoorbeeld een website waar ze berichten achterlaten, maar niet elke partij is er nadrukkelijk veel mee bezig. Veel partijen geven aan de aandacht langzaam te verschuiven naar sociale media zoals Facebook. Dit vanwege de mogelijkheid tot interactie met de inwoners. Met Facebook wordt in het algemeen nog veel geëxperimenteerd, omdat het nog een relatief nieuw medium is.

Sociale media als Facebook worden nog niet gezien als onverdeeld succes onder de partijen. Dit heeft ook te maken met de nieuwigheid van het medium. De ene partij vindt Facebook heel effectief: *“Wij doen veel via Facebook, dat zijn we gaan doen, omdat we merkten dat we op die manier heel veel mensen konden bereiken”*. Een andere partij betwijfelt juist of Facebook zijn doel wel bereikt: *“We hebben nog wel een Facebookpagina, en die heeft 232 volgers, dus of dat effectief is met een dorp van 27000 inwoners....mwa”*. Andere partijen die het medium ook gebruiken oordelen nog niet zo snel: *“Facebook kan ook zeer effectief zijn, als je het juiste bericht op de juiste plek krijgt. En hoe vaak dat lukt, dat zou je aan de beheerders moeten vragen”*. Er zijn meer partijen die de meetbaarheid van de effectiviteit van Facebook benoemen. Een geïnterviewde verwoordde dit zo: *“Je kunt ook niet alles meten. Bij Facebook kijken we heel erg naar views en welke dingen views genereren en welke niet”*. Het is dus lastig om te oordelen of een medium als Facebook zijn waarde bewijst als communicatiemiddel met inwoners. Naast sociale media als Facebook zijn niet veel andere moderne middelen bij de partijen waargenomen.

### **Verschillen in communicatie tussen de partijen**

In de vorige paragrafen is besproken hoe verschillende partijen communiceren met de burger, van welke communicatiemiddelen zij gebruik maken en welke redenen zij daarvoor hebben. In deze laatste paragraaf is een overzicht gepresenteerd in de vorm van een tabel, om op die manier verschillen in communicatiegebruik tussen de partijen aan te tonen. Dit overzicht is weergegeven in tabel 14.

Tabel 14: Bewust gebruikte communicatiemiddelen in verkiezingstijd

Partij	Gedrukte media	Bijeenkomsten /debatten	Raads-vergaderingen	Straat op	Website	Sociale media
<i>Partijen met permanente campagne</i>						
D66 Oegstgeest						
VVD Teylingen						
VVD Noordwijkerhout						
NZ Lokaal						
PUUR Noordwijk						
<i>Partijen zonder permanente campagne</i>						
Lokaal Oegstgeest						
Hart voor Oegstgeest						
Trilokaal						
CDA Noordwijkerhout						
PvdA Noordwijkerhout						
VVD Noordwijk						

\*Rood vakje = gebruikt niet, of gebruik onbekend. Geel vakje = gebruikt wel, maar weinig. Groen vakje = gebruikt wel en regelmatig.

In de bovenstaande tabel is een onderverdeling gemaakt in de partijen die permanent campagne voeren en de partijen die alleen tijdens de verkiezingen communiceren. Daarnaast is met kleur aangegeven de mate waarin de partijen gebruik maakten van een communicatiemiddel. Deze informatie is afkomstig uit de interviews die zijn gehouden met vertegenwoordigers van iedere partij.

Over de inzet van communicatiemiddelen wordt voor de verschillende partijen in de vier gemeenten anders gedacht. Dat niet alle partijen gebruik maken van alle soorten communicatiemiddelen kan voor een deel te maken hebben met de effectiviteit ervan in hun ogen. In tabel 14 komt naar voren dat een groot deel van de partijen gebruik maakte van de lokale kranten en het organiseren en bezoeken van bijeenkomsten. Uit de interviews kwam naar voren dat voornamelijk de lokale krant doorgaans als het meest betrouwbaar wordt gezien als een middel om kiezers te bereiken. Het organiseren van bijeenkomsten bereikt een minder groot en divers publiek en de onderwerpen worden door een aantal partijen gezien als te algemeen. Hierbij valt op dat voornamelijk de partijen die permanent campagne voeren gebruik maken van dit communicatiemiddel. Uit interviews bleek dat de straat op gaan en het onderhouden van een website wel door alle partijen werd gedaan, maar dat het werd gezien als een weinig effectief middel. De vertegenwoordigers gaven aan dat afwezigheid van partijleden op straat, of het ontbreken van een website op zouden vallen, maar dat het wel aanwezig zijn van deze middelen voornamelijk wordt gezien als een verplichting in plaats van een duidelijk effectief communicatiemiddel. Als laatste is zichtbaar in tabel 14 dat haast alle partijen gebruik maken van social media, zoals Facebook. Uit de interviews bleek dat de social media in toenemende mate gebruikt werden, maar dat bij de partijen wel het probleem speelde van meetbaarheid van de effectiviteit. Volgens de partijvertegenwoordigers was het onduidelijk of het de moeite waard was om tijd en middelen te steken in het onderhouden van social media accounts. Dit probleem speelt ook bij het volgen of terugkijken van openbare raadsvergaderingen. De reden dat sommige partijen wel of niet voor bepaalde communicatiemiddelen- en strategieën kiezen hangt

voor een deel af van de meerwaarde die ze zien in het communiceren met de burger. Wat opvalt in de tabel over de landelijke lokale partijen is dat degenen die zich op het rechtse politieke spectrum bevinden (VVD Teylingen en VVD Noordwijkerhout) degenen zijn die aan permanente communicatie doen. Hierbij geldt een uitzondering voor de VVD-afdeling in Noordwijk. De landelijke lokale partijen die zich links op het politieke spectrum bevinden doen geen van allen aan permanente communicatie. Afsluitend kan aan de hand van tabel 14 worden gesteld dat er geen duidelijke lijn waarneembaar is in de communicatiemiddelen die door de unieke lokale partijen versus de landelijke lokale partijen effectief gevonden werden.

## Hoofdstuk 3: Lokale identiteit

Dit hoofdstuk bespreekt de rol van lokale identiteit in de gemeentelijke politiek. Eerst is per gemeente bekeken of er een lokale identiteit aanwezig is volgens de daar gehuisveste partijen, en in hoeverre deze overeenkomt met de eerder beschreven gemeenteprofielen. Vervolgens is gekeken of die lokale identiteit een rol speelt in de lokale politiek. Ook is de partijen gevraagd hoe ze in het kader van die identiteit aankijken tegen samenwerkingsverbanden in de regio.

### Identiteitsbeschouwing

Aan alle politieke partijen in het onderzoek is gevraagd hoe zij aankijken tegen de eventuele lokale identiteit van hun gemeente. Haast iedere partij kwam met een ander antwoord. Er volgt nu eerst een overzicht per gemeente van uitspraken die de partijen deden over lokale identiteit en de aanwezigheid daarvan.

#### Oegstgeest

Alle ondervraagde partijen zijn het er over eens dat Oegstgeest een echte woongemeente is. Een woonplaats waar veel forensen wonen en die daar bewust zijn komen wonen voor de fijne leefomgeving. Eén van de partijen laat zich daar zo over uit: *“Wat mensen echt bindt is dat ze fijn willen wonen, het is een woongemeente, en dat betekent dat ze in de rook van het voorzieningenniveau van Leiden plezierig willen wonen”*. Verder dan die omschrijving van een lokale identiteit gaat de partij niet. Ook een andere partij sluit zich hier grotendeels bij aan en ziet Oegstgeest ruimtelijk wel als een eenheid, maar sociaal niet helemaal: *“Er zijn allerlei losse subgroepjes te identificeren, maar of er nou echt een overheersende Oegstgeester identiteit is, ik vind van niet”*. Een derde partij ziet wel degelijk een te onderscheiden lokale identiteit in Oegstgeest en koestert voornamelijk het dorpse karakter en de sociale verbondenheid die zich uit in het verenigingsleven.

De punten die door de drie partijen genoemd worden komen grotendeels overeen met het eerder gevonden gemeenteprofiel. In beide beschrijvingen wordt Oegstgeest gezien als een woongemeente met veel groen en inwoners die sociaal met elkaar omgaan. Ook komt terug dat de inwoners van Oegstgeest erg gesteld zijn op voorzieningen in de nabije omgeving. Volgens het model van Balmer en Greyser (2002) is het type identiteit dat alle partijen hier omschrijven een werkelijke identiteit, die refereert aan de bestaande kenmerken van het dorp. Daarnaast is er in de gemeente ook sprake van een waargenomen identiteit, omdat de meningen over en het bestaan van een lokale identiteit erg uiteen lopen tussen de partijen.

#### Teylingen

Teylingen is een gemeente die sinds 2006 bestaat uit drie kernen. Op de vraag of er een lokale identiteit bestaat in Teylingen of dat deze verschilt per dorpskern gaven beide geïnterviewde partijen het grotendeels hetzelfde antwoord. Elke kern heeft zijn eigen identiteit. Dit was ook één van de voorwaarden bij de fusie destijds, dat de drie kernen niet zouden versmelten. De ene partij geeft duidelijke omschrijvingen van de losse kernen: *“Warmond is redelijk eigengereid, willen vrijheid om dingen te kunnen veranderen. Voorhout, wat meer richting het eigenwijze, not in my backyard, (...). En in Sassenheim, dat is veel meer een dorp van samen”*. De andere partij geeft echter aan: *“(…) En daar zitten ook verschillen in, maar de overeenkomsten zijn inmiddels wel groter dan de verschillen”*. Beide partijen kijken dus verschillend aan tegen de mate van onderscheiding tussen de dorpskernen. Een verklaring voor die kleine verschillen is volgens de laatstgenoemde partij te wijten aan de grote hoeveelheden import die de gemeente Teylingen kent: *“We hebben nog maar weinig oorspronkelijke bewoners,(…) dus die lokale identiteit, ik betwijfel zeer of die bestaat”*.

In het gevonden gemeenteprofiel, waarin een onderzoek van TNS NIPO werd aangehaald, komt naar voren dat er volgens de inwoners van de drie kernen wel een eigen lokale identiteit bestaat. Een overeenkomst is verder dat Warmond wel wordt gezien als de dorpskern die het meest gericht is op de eigen plaats. Ook komt overeen dat de inwoners van de gemeente als geheel goed met elkaar overweg kunnen. Van een lokale identiteit als gemeente is nog geen sprake, al voelen de inwoners van Teylingen zich volgens TNS NIPO, maar ook volgens de politieke partijen, steeds meer met elkaar verbonden. Het type identiteit dat hier volgens het model van Balmer en Greyser (2002) terug te vinden is, is een waargenomen identiteit. Er is geen uitgesproken identiteit volgens de partijen, maar verschillende groepen mensen binnen de gemeente vinden wel dat die bestaat.

### **Noordwijkerhout**

De identiteit van Noordwijkerhout blijkt voor een deel van de partijen lastig te benoemen en het andere deel vindt deze wel herkenbaar. Ook Noordwijkerhout heeft twee kernen, waarvan De Zilk veruit de kleinste is. Alle partijen zijn het er wel over eens dat De Zilk zich duidelijk onderscheidt binnen de gemeente qua identiteit. Dus Noordwijkerhout als geheel kent volgens geen van de partijen een gezamenlijke identiteit. Voor zover de partijen de identiteit kunnen omschrijven, praten ze vooral over het verenigingsleven, het carnaval en de algemene nuchterheid van de mensen. Ook denken ze dat een groot deel van de mensen zich wel Noordwijkerhouter voelt. Toch betwijfelen twee partijen of die identiteit wel bestaat, waarbij één partij zegt: *“Met dat carnaval zijn er 3000 man, waarvan de helft buiten de gemeente komt. Op een bevolking van 16000 valt dat ook wel weer mee”*. Hoe groot de groep is die zich Noordwijkerhouter noemt is moeilijk in te schatten. Een andere partij schat die groep redelijk groot in, maar erkent wel dat binnen het verenigingsleven vaak dezelfde mensen te vinden zijn.

In het opgestelde gemeenteprofiel komt terug dat Noordwijkerhout een gemeente is met nuchtere, maar betrokken mensen. Ook het verenigingsleven en carnaval wordt genoemd. Toch trekt een deel van de partijen in twijfel in hoeverre die lokale identiteit opgaat voor alle inwoners. Eén van partijen onderscheidt wel een duidelijke eigen identiteit. Het type identiteit dat die partij beschrijft is een werkelijke identiteit volgens Balmer en Greyser (2002), die ingaat op de kenmerken van de gemeente. De andere partijen spreken van een gecommuniceerde identiteit; een identiteit die er zou moeten zijn maar er niet per se is.

### **Noordwijk**

Noordwijk kent ook twee dorpskernen, maar daar is volgens beide ondervraagde partijen geen groot onderscheid meer tussen te vinden. De partijen in Noordwijk zijn het er wel over eens dat de gemeente een identiteit heeft, maar er worden geen duidelijke omschrijvingen gegeven wat die identiteit precies behelst. Eén van de partijen denkt dat er wel een bepaald gemeenschapsgevoel heerst in Noordwijk: *“Ik denk dat veel mensen wel trots zijn dat ze in Noordwijk wonen (...). Ja, ik denk het Noordwijkgevoel wel groot is, maar of je jezelf dan gelijk een Noordwijker voelt...”*. De andere partij spreekt meer over welke identiteit Noordwijk zou moeten hebben in de toekomst. Dit omdat die identiteit volgens hen de afgelopen jaren steeds anders is omschreven: *“Dus de behoefte is om één identiteit te gaan ontwikkelen, vanuit ons DNA, vanuit onze historie”*. De partij omschrijft die te verkrijgen identiteit als *“een sterke, energieke 7-sterren kustplaats”*.

De gevonden identiteit in het gemeenteprofiel van Noordwijk komt vrijwel exact overeen met wat de geïnterviewde partijen melden. Ook zij verwezen naar het document Krijtlijnen, wat door de gemeente is opgesteld als opzet voor een toekomstvisie. De omschreven identiteit door de partijen is voornamelijk een ideale identiteit, afgaand op het model van Balmer en Greyser (2002). Noordwijk heeft op dit moment nog geen duidelijke identiteit volgens de partijen, maar is op weg om die te gaan vormen.

## Overzicht lokale identiteiten

Van de bovenstaande omschrijvingen van lokale identiteiten in iedere gemeente is een samenvatting weergegeven in tabel 15. Tevens is hierbij vermeld welk soort identiteit het hier betreft volgens het model van Balmer en Greyser (2002).

Tabel 15: Overzicht van de lokale identiteiten per gemeente volgens de lokale partijen

Gemeente	Soort identiteit	Omschrijving identiteit
Oegstgeest	Werkelijke/waargenomen	De gemeente kent volgens de meeste partijen wel een ruimtelijk herkenbare identiteit, maar sociaal gezien is het geen eenheid.
Teylingen	Waargenomen	Er bestaat wel een lokale identiteit in de drie dorpskernen, maar als gemeente zijnde is die er (nog) niet.
Noordwijkerhout	Werkelijke/gecommuniceerde	Eén partij herkent wel een lokale identiteit, de rest van de partijen denkt dat een identiteit er zou moeten zijn, maar er niet wezenlijk is.
Noordwijk	Ideale identiteit	Er bestaat volgens de partijen wel een gemeenschapsgevoel in de gemeente, maar een sterke lokale identiteit is nog bezig zich te vormen.

## Omgang met lokale identiteit

De rol die lokale identiteit speelt in de gemeentelijke politiek kan meer algemeen worden verwoord. In de gesprekken met alle partijen is gevraagd of de identiteit van de gemeente een rol speelt in de lokale politiek. Volgens het gros van de partijen is de lokale identiteit geen actief agendapunt in hun gemeente. Er waren enkele partijen die lokale identiteit wél ter sprake brachten in hun standpunten. De partijen die lokale identiteit als een belangrijk punt zien in hun beleid zijn: Hart voor Oegstgeest, NZ Lokaal, PUUR Noordwijk en in mindere mate Trilokaal. Landelijke lokale partijen deden geen van allen iets met lokale identiteit: het betreft hier één unieke lokale partij in elk van de vier gemeenten. Zij komen op voor de lokale identiteit in de gemeenteraad, voornamelijk als er sprake is van dat die aangetast dreigt te worden, bijvoorbeeld door regionale samenwerking of fusie. Dit bleek in de interviews uit een aantal voorbeelden:

- Hart voor Oegstgeest heeft in de gemeente Oegstgeest te maken met een naderende samenwerking tussen een vijftal gemeenten in de regio; de Leidse regio. De partij beraadt zich over de plaats die hun gemeente moet innemen in die regionale samenwerking en vreest dat de lokale identiteit van hun dorp in het geding komt. Zij willen als gemeente de regie in eigen hand kunnen houden, zodat niet de regio gaat bepalen hoe het dorp eruit komt te zien. Andere partijen staan volgens Hart voor Oegstgeest meer open voor een samenwerking en eventueel een fusie. Hart voor Oegstgeest gaat hierover in de gemeenteraad actief in discussie.
- Tijdens de gesprekken met de partijen NZ Lokaal (Noordwijkerhout) en PUUR Noordwijk kwam ter sprake dat er plannen zijn voor een verregerende samenwerking tussen deze twee

buurgemeenten. Beide partijen bekijken deze ontwikkelingen kritisch. Zij vinden ook beiden dat de lokale identiteit van hun gemeente iets is om te koesteren. Zowel NZ Lokaal als PUUR Noordwijk zijn volgens henzelf de meest terughoudende partijen in hun gemeenten, wanneer het gaat om de gemeentelijke samenwerking.

- Bij de partij Trilokaal uit Teylingen is het onderwerp lokale identiteit geen uitgesproken beleidspunt, maar de partij is wel voor het hebben van vertegenwoordigers binnen de partij uit alle drie de dorpskernen die de gemeente rijk is. Als er sprake zou zijn van een bestuurlijke samenwerking met een andere gemeente, dan zou Trilokaal zich sterk maken voor de lokale belangen van de drie kernen. Andere partijen in de gemeente zouden wel meer zien in hechtere samenwerking binnen de regio.

## **Schaalniveaus van identiteitskwesties**

Uit de interviews is gebleken dat het onderwerp lokale identiteit op twee verschillende schaalniveaus terug te vinden is. Enerzijds is dat binnen de gemeentegrenzen. Anderzijds is dat tussen gemeenten.

### **Binnen de gemeente**

Het eerste schaalniveau is van de identiteit(en) binnen de gemeente. Hierbij gaat het om gemeenten met meerdere dorpskernen en waarbij één van de kernen zich benadeeld voelt door het gemeentebestuur. Dit speelde in de gemeente Noordwijkerhout een aantal jaar geleden en in mindere mate ook in Noordwijk. Inmiddels spelen deze problemen volgens de aanwezige partijen niet meer, maar daarover hebben zich destijds wel problemen voorgedaan. Hoe partijen dat in de meeste gevallen oplossen is door ook bewust uit de kleinere kernen mensen op de partijlijst te zetten en zo de inwoners van die kernen bij de politiek te betrekken. Dit is wat een aantal partijen in Noordwijkerhout gedaan hebben, maar ook wat een partij in de gemeente Teylingen doet. Het wordt ook belangrijk gevonden om inwoners uit alle delen van de gemeente erbij te betrekken om te weten wat er speelt. Daarnaast is het een manier om voldoende draagvlak te krijgen binnen alle kernen van de gemeente en als partij goed vertegenwoordigd te zijn.

### **Tussen gemeenten**

Het tweede schaalniveau waar identiteit een rol speelt is intergemeentelijk. Uit de interviews bleek dat partijen die veel waarde hechten aan de identiteit van hun gemeente deze identiteit ook graag willen behouden. De partijen die dit aangaven waren meestal de unieke lokale partijen. Een onderwerp dat hier volgens deze partijen sterk mee samenhangt, is samenwerking in regionaal verband. Tussen gemeenten bestaan er allerlei soorten samenwerkingsverbanden op verschillende schalen. De standpunten die de politieke partijen uit de vier gemeenten hier over hebben lopen zeer uiteen. Wanneer het gaat om samenwerking op kleinere schaal zoals het ophalen van vuilnis en een gezamenlijke sociale dienst tussen een aantal gemeenten, hebben de meeste partijen geen bezwaren. Ook zien de meeste partijen wel de voordelen van samenwerking om zo kosten te kunnen besparen en grootschalige problemen zoals bijvoorbeeld in de zorg, het hoofd te kunnen bieden. Maar als de gesprekken richting bestuurlijke samenwerking gaan of in sommige gevallen zelfs fusie, dan zijn een aantal partijen zeer kritisch. Een gevolg van bestuurlijke samenwerking kan zijn dat een gemeente zeggenschap moet afstaan, dan wel die moet delen met andere gemeenten. Drie van de elf ondervraagde partijen gaf duidelijk aan hier zeer kritisch tot negatief tegenover te staan. Volgens hen is de zelfstandigheid van de gemeente een groot goed. Een argument dat deze partijen aandragen is dat de lokale bevolking behoefte heeft aan lokaal bestuur. De rest van de partijen in het onderzoek staan niet onwelwillend tegenover meer regionale samenwerking. Het meest gehoorde argument dat deze partijen aanleveren is dat samenwerking een vorm van vooruitgang is. Voornamelijk omdat er steeds meer overheidstaken worden ondergebracht bij gemeenten is het volgens hen niet mogelijk om dit als zelfstandige gemeente vol te houden. Het vasthouden aan zelfstandigheid is volgens een van de partijen een *“vorm van nostalgie, spruitjesgeur”*. Een andere partij zegt weer: *“Zo lang het meerwaarde heeft is het niet erg om daar zeggenschap over kwijt te*



*raken*". Het merendeel van de partijen ziet regionale samenwerking niet als een bedreiging voor de identiteit van hun gemeente, wat wordt beargumenteerd met het citaat: *"Identiteit hangt helemaal niet af van hoe je zaken organiseert, dat moet je los zien van elkaar"*.

### **Soorten identiteiten**

De spanningen die optreden volgens een aantal partijen bij mogelijke samenwerkingsverbanden met andere gemeenten hebben te maken met het soort identiteit dat zij in hun gemeente ervaren. Deze partijen voelen dat de 'secundaire identiteit' van hun gemeenschap niet goed samen gaat met die van andere gemeenschappen en grijpen terug op de 'primaire identiteit' van hun gemeenschap. Daarnaast ervaren deze partijen de lokale identiteit als een 'dikke identiteit', omdat ze meer gericht zijn op de eigen gemeente en niet naar buiten toe. Ook hebben die partijen gemeen dat ze veel waarde hechten aan de historie en cultuur van hun dorp. De overige partijen die geen bedreiging zien in samenwerking met andere gemeenten zien de identiteit als 'dun', omdat zij veel meer naar buiten toe gericht denken en veranderingen niet schuwen.

## **Hoofdstuk 4: Succes bij verkiezingen**

In dit laatste deel wordt teruggeblikt op de resultaten uit de voorgaande hoofdstukken. Daarbij is gekeken of er een verband is tussen het partijprofiel en hun werkwijze betreffende de omgang met communicatie en lokale identiteit. Vervolgens wordt dit gekoppeld aan de uitslagen van de laatste lokale verkiezingen, om te zien of de aanpak van de partijen heeft geleid tot succes.

### **Ideologisch profiel**

Van elke partij in het onderzoek is een partijprofiel gemaakt. Voor de unieke lokale partijen is dit gedaan om ze ideologisch te kunnen inkaderen en voor de lokale afdelingen van landelijke partijen om te kijken in hoeverre hun ideologie overeenkomt met hun nationale partij. Uit het onderzoek is gebleken dat de twee soorten partijen die hierboven zijn genoemd moeilijk met elkaar te vergelijken zijn wat betreft profielen.

Als de landelijke lokale partijen en unieke lokale partijen met elkaar vergeleken worden, dan wordt duidelijk dat de unieke partijen voornamelijk ingedeeld kunnen worden bij de categorie lokalistische partijen. De landelijke lokale partijen kunnen echter voornamelijk ingedeeld worden bij de categorie ideologische partijen, met een ideologie die grotendeels overeenkomt met hun landelijke afdelingen op het links-rechtse spectrum.

### **Werkwijze van de partijen**

Onder de werkwijze van de partijen wordt dit geval verstaan: de keuzes die zij maken omtrent communicatie en het thema lokale identiteit.

### **Communicatie- en campagnevoering**

Ongeveer de helft van de partijen voerden ook buiten de verkiezingstijd een actief communicatiebeleid. Deze partijen waren niet overwegend van lokale of van landelijke afkomst. De partijen die wel een actief communicatiebeleid hadden, gebruikten relatief meer verschillende soorten communicatiemiddelen. Onder de unieke lokale partijen waren het twee lokalistische partijen die een actief en divers communicatiebeleid voerden. Bij de lokale afdelingen van landelijke partijen waren vooral de partijen die zich rechts op politieke spectrum bevonden actief bezig met communicatie.

### **Lokale identiteit**

Slechts een klein aantal partijen hield zich nadrukkelijk bezig met lokale identiteit. Dit waren alleen een aantal unieke lokale partijen. Deze partijen waren allemaal te identificeren als zijnde lokalistische partijen.

### **Uitslagen verkiezingen 2014**

Als graadmeter van verkiezingssucces wordt in dit geval gekeken naar de uitslag van de laatste verkiezingen. De totaalaantallen zetels zijn per gemeente verschillend. Daarom is het succes van de partijen per gemeente bekeken. Dit gebeurt aan de hand van tabellen, die hierbij geordend zijn van de partij die de meeste zetels had, naar de partij die de minste zetels had. Ook zijn er in de tabellen eventuele overige partijen die in de gemeente bestonden samengevoegd.

### **Oegstgeest**

In Oegstgeest is gekeken naar de partijen D66, Hart voor Oegstgeest en Lokaal Oegstgeest. Wat betreft standpunten kan D66 worden betiteld als een progressieve centrumrechtse partij. Hart voor Oegstgeest is een typische lokalistische partij. De derde partij, Lokaal Oegstgeest, komt het meeste in de buurt van een lokalistische partij, maar valt gedeeltelijk ook in de categorie van de protestpartijen. In de tabel 16 is te zien hoeveel procent van de zetels elke partij heeft behaald in 2014.

Tabel 16: Procentuele zetelverdeling gemeente Oegstgeest in 2014

<b>Gemeente</b>	<b>Partij</b>	<b>%-zetels in gemeenteraad 2014</b>
Oegstgeest	D66 Oegstgeest	21,1%
	Hart voor Oegstgeest	15,8%
	Lokaal Oegstgeest	10,5%
	3 Overige partijen	52,6%
	Totaal	100%

Bron: [www.verkiezingsuitslagen.nl](http://www.verkiezingsuitslagen.nl)

Van de drie partijen in de tabel voerde D66 het meest actief een communicatiebeleid, omdat ze permanent campagne voerde en ook de meeste communicatiemiddelen gebruikte (zie tabel 14 bij resultatenhoofdstuk communicatie). Hart voor Oegstgeest was de enige van de onderzochte partijen die zich in Oegstgeest inzette voor de lokale identiteit en heeft dat ook als actief standpunt in hun partijprogramma staan. D66 heeft van deze partijen het hoogste aantal zetels behaald. Mogelijk ligt dit aan hun actieve communicatiestrategie. Hart voor Oegstgeest vormt met 15,8% van de zetels een gemiddelde partij in de gemeente, maar wellicht heeft zij een deel van haar stemmen te danken aan hun standpunten over het behoud van de lokale identiteit.

### Teylingen

In de gemeente Teylingen zijn de partijen VVD en Trilokaal onderzocht. De VVD Teylingen kan worden bestempeld als een rechtse partij en Trilokaal ligt op de grens van een lokalistische partij en een belangenpartij. In tabel 17 is te zien hoe de partijen afgelopen verkiezingen hebben gescoord.

Tabel 17: Procentuele zetelverdeling gemeente Teylingen in 2014

<b>Gemeente</b>	<b>Partij</b>	<b>%-zetels in gemeenteraad 2014</b>
Teylingen	VVD Teylingen	24%
	Trilokaal	16%
	4 Overige partijen	60%
	Totaal	100%

Bron: [www.verkiezingsuitslagen.nl](http://www.verkiezingsuitslagen.nl)

Van deze twee partijen heeft alleen de VVD aangegeven een actief communicatiebeleid toe te passen en gebruikte daarbij ook relatief veel middelen. De VVD doet echter niet veel met lokale identiteit, wat bij Trilokaal iets meer terug kwam in hun partijbeleid. De VVD behoorde tot de partijen met het hoogste aantal zetels in 2014. Dit houdt mogelijk verband met hun actieve communicatie, ook buiten verkiezingstijd. Ook is het mogelijk dat een deel van de kiezers de hele lokale blik van Trilokaal deelden en daarom op hen hebben gestemd.

### Noordwijkerhout

In Noordwijkerhout deden vier partijen mee aan het onderzoek: CDA, PvdA, VVD en NZ Lokaal. Hiervan is de PvdA de partij die het meest inzet op sociaal beleid en daarmee de linkse partij, de VVD is daarentegen duidelijk liberaal en dus rechts georiënteerd. Het CDA zit daar tussenin met een

nadruk op sociaal beleid, dus centrum-links. NZ Lokaal komt het meest overeen met een lokalistische partij. In de onderstaande tabel is de procentuele verdeling te zien van de vorige verkiezingen.

*Tabel 18: Procentuele zetelverdeling gemeente Noordwijkerhout in 2014*

<b>Gemeente</b>	<b>Partij</b>	<b>%-zetels in gemeenteraad 2014</b>
Noordwijkerhout	NZ Lokaal	29,4%*
	VVD Noordwijkerhout	23,5%
	CDA Noordwijkerhout	23,5%
	PvdA Noordwijkerhout	5,9%
	2 Overige partijen	17,7%
	Totaal	100%

*\*NZ Lokaal heeft de meeste zetels, maar had ongeveer evenveel stemmen als de VVD. Door middel van een restzetel kwam NZ Lokaal toch op een hoger aantal zetels uit. Bron: [www.verkiezingsuitslagen.nl](http://www.verkiezingsuitslagen.nl)*

Van de vier partijen in deze gemeente waren het NZ Lokaal en de VVD die het meest uitvoerig bezig waren met een actief communicatiebeleid (zie tabel 14 bij resultatenhoofdstuk communicatie). Zij hadden namelijk allebei een permanente campagnevoering. Daarachter volgt het CDA en daarna de PvdA. Met lokale identiteit was alleen NZ Lokaal nadrukkelijk bezig in de politiek van Noordwijkerhout. In tabel 18 is te zien dat NZ Lokaal het grootste aantal zetels heeft. Dit kan te maken hebben met het feit dat ze veel en vaak communiceren en zich eveneens bekommeren om de lokale identiteit van de gemeente. VVD en CDA voerden ook een redelijk actief communicatiebeleid en dat heeft zich wellicht uitbetaald in meerdere zetels.

### **Noordwijk**

In Noordwijk zijn de partijen VVD en PUUR Noordwijk bekeken. VVD Noordwijk heeft een duidelijke liberale ideologie en is dus rechts georiënteerd, daar waar PUUR Noordwijk een typische lokalistische partij is. In tabel 19 is de zetelverdeling onder de twee partijen te zien van de verkiezingen uit 2014.

*Tabel 19: Procentuele zetelverdeling gemeente Noordwijk in 2014*

<b>Gemeente</b>	<b>Partij</b>	<b>%-zetels in gemeenteraad 2014</b>
Noordwijk	PUUR Noordwijk	38,1%
	VVD Noordwijk	9,5%
	5 Overige partijen	52,4%
	Totaal	100%

*Bron: [www.verkiezingsuitslagen.nl](http://www.verkiezingsuitslagen.nl)*

Van de twee partijen in de gemeente Noordwijk was PUUR Noordwijk de partij die er duidelijk een actiever communicatiebeleid op na hield dan de VVD. Ook zijn zij sterk gericht op lokale identiteit in tegenstelling tot de Noordwijkse VVD. Wanneer dit naast het aantal zetels wordt gelegd dat beide partijen hebben behaald, is te zien dat PUUR Noordwijk het overgrote deel van de stemmen heeft binnengehaald. Dit kan mogelijk verband houden met hun focus op de communicatievoering en lokale identiteit van de gemeente.

## Overzicht van werkwijze lokale partijen en zetelrangorde

In tabel 20 is een overzicht weergegeven van de gehanteerde werkwijze van alle partijen. Per gemeente zijn de partijen gerangschikt naar het aantal zetels dat zij behaalden bij de laatste verkiezingen. Wat hier opvalt, is dat partijen die zowel permanent campagne voerden als aandacht hadden voor lokale identiteit in hun gemeente de meeste zetels hebben gehaald (de groen gekleurde partijen). De partijen die daarna het meest succesvol waren, zetten vooral in op campagne en communicatie, maar dan niet op lokale identiteit (de blauw gekleurde partijen). De partijen die daarna komen in de rangorde besteden minder aandacht aan campagne en communicatie, maar wel aan lokale identiteit (de oranje gekleurde partijen). De partijen die op beide vlakken weinig aandacht geven aan deze punten scoorden bij de laatste verkiezingen gemiddeld het laagst (de rood gekleurde partijen). Tussen het ideologisch profiel van de partijen en succes bij de verkiezingen is geen verband te zien. Ook bij het soort partij (landelijk of lokaal) is geen verband te zien met succes bij verkiezingen.

Tabel 20: Overzicht van werkwijze lokale partijen en zetelrangorde

Partij	Ideologisch profiel	Permanente campagnevoering	Aantal gebruikte middelen <sup>a</sup>	Lok. ID <sup>b</sup>	% <sup>c</sup>	Rangorde <sup>d</sup>	Gemeente
PUUR Noordwijk	Lokalistisch	Ja	4	Ja	38,1%	1	Noordwijk
NZ Lokaal	Lokalistisch	Ja	5	Ja	29,4%	1	Noordwijkerhout
VVD Teylingen	Rechts/liberaal	Ja	4	Nee	24%	1	Teylingen
D66 Oegstgeest	Centrum/progressief	Ja	6	Nee	21,1%	1	Oegstgeest
VVD Noordwijkerhout	Rechts	Ja	4	Nee	23,5%	2	Noordwijkerhout
Trilokaal	Lokalistisch/belangen	Nee	3	Ja	16%	2	Teylingen
Hart voor Oegstgeest	Lokalistisch	Nee	4	Ja	15,8%	2	Oegstgeest
CDA Noordwijkerhout	Centrum/links	Nee	5	Nee	23,5%	2	Noordwijkerhout
VVD Noordwijk	Rechts/liberaal	Nee	4	Nee	9,5%	2	Noordwijk
Lokaal Oegstgeest	Lokalistisch/protest	Nee	4	Nee	10,5%	3	Oegstgeest
PvdA Noordwijkerhout	Links/socialistisch	Nee	3	Nee	5,9%	3	Noordwijkerhout

<sup>a</sup>Aantal gebruikte middelen voor communicatie <sup>b</sup>Omgang met Lokale Identiteit <sup>c</sup>Percentage zetels in de gemeenteraad van 2014 <sup>d</sup>Alleen de deelnemende partijen per gemeente zijn in deze rangorde opgenomen

Alle resultaten verkregen uit de partijprogramma's en de interviews met partijleden zijn in dit onderdeel verwerkt aan de hand van de thema's: partijprofiel, communicatie en lokale identiteit. De resultaten vormen nog geen direct antwoord op de onderzoeksvraag. In het volgende deel worden de gevonden resultaten bediscussieerd en zal de hoofdvraag beantwoord worden.

# Discussie & Conclusie

---

## Discussie

Het doel van deze thesis was om te onderzoeken wat het succes van de lokale partijen zou kunnen verklaren. In dit onderzoek bestond een focus op vier onderdelen waar lokale partijen mogelijk op zouden kunnen verschillen, namelijk: soort lokale partij (landelijk of uniek), ideologisch profiel, communicatie- en campagnevoering, en omgang met lokale identiteit. Hieronder worden de deelvragen beantwoord en besproken in hoeverre de uitkomsten overeenkomen met de gevonden literatuur.

### Ideologisch profiel

Het eerste onderdeel van dit onderzoek was het samenstellen van een ideologisch profiel van de lokale partijen. Dit was nodig om de eerste deelvraag te kunnen beantwoorden, namelijk: *Hoe zijn de unieke lokale partijen ideologisch te profileren?*

Aan de hand van de gebruikte methode van Boogers, Lucardie en Voerman (2007) kon grotendeels worden vastgesteld hoe de partijen gedefinieerd konden worden. De landelijke lokale partijen konden allen het best geplaatst worden in de categorie 'ideologische partijen', waarbij hun ideologie grotendeels overeen kwam met de nationale afdeling van de partijen. Een tweetal landelijke partijen gaf wel aan meer lokaal te denken en landelijk beleid niet rechtstreeks over te nemen. De unieke lokale partijen konden het best geplaatst worden in de categorie 'lokalistische partijen'. Bij twee partijen waren er ook kenmerken aanwezig van een ander type partij. De resultaten van dit onderzoek kwamen daarmee overeen met de al bestaande literatuur. Ook in het onderzoek van Boogers, Lucardie en Voerman (2007) werd namelijk gevonden dat de meeste unieke lokale partijen kunnen worden geplaatst in de categorie 'lokalistische partij'. Ook was er overeenkomst met het onderzoek van Derksen (2003) die stelde dat het indelen van unieke lokale partijen niet eenvoudig zou zijn vanwege de diversiteit in oprichtingsmotieven en doelstellingen. Dit bleek ook in deze thesis. Wat namelijk naar voren kwam was dat niet alle unieke lokale partijen duidelijk bij één van de categorieën ingedeeld konden worden.

### Communicatie- en campagnevoering

Het tweede onderdeel van dit onderzoek was om na te gaan hoe de lokale partijen omgaan met communicatie. Hiermee kon een antwoord worden gevormd op de tweede deelvraag: *Op welke manier verloopt de communicatie vanuit de lokale politiek naar de kiezers toe?*

Allereerst is gekeken naar de frequentie van de communicatie door de lokale partijen en daarbij kon een onderscheid gemaakt worden tussen partijen die permanent campagne voeren en dus doorlopend contact zoeken met de burger, en partijen die dat niet deden. Ongeveer de helft van de partijen heeft een permanente campagne als partijbeleid en de andere helft voert alleen campagne tijdens verkiezingen. De redenen die de partijen hadden om dit wel of niet te doen hadden volgens de partijen te maken met de meerwaarde en effectiviteit van het voortdurend communiceren met de burger. Dit resultaat komt gedeeltelijk overeen met wat Van Praag en Walter (2014) vonden bij de landelijke politiek. Ook in de lokale politiek kan er dus sprake zijn van permanente campagnevoering. Niet alle lokale partijen deden echter aan permanente campagnevoering, zoals wel het geval was bij de landelijke partijen uit het onderzoek van Van Praag en Walter (2014). Dit verschil komt mogelijk omdat het onderzoek van Van Praag en Walter (2014) de landelijke politiek als doelgroep had, en dit onderzoek de lokale politiek.

Er kon op basis van dit onderzoek niet worden uitgewezen of de unieke lokale partijen meer of minder communiceerden met de burger dan de landelijke lokale partijen. De communicatiemiddelen waar in de literatuur (Van Ostaaijen, 2014) over gesproken werd, kwamen ook terug bij de partijen in dit onderzoek. De middelen werden echter wel met een wisselende frequentie en waardering toegepast. Ook zou sociale media volgens Spierings & Jacobs (2014) een belangrijk communicatiemiddel zijn geworden voor de huidige politiek. Deze uitkomst werd bevestigd in dit onderzoek en was een middel dat alle partijen regelmatig toepasten.

### **Omgang met lokale identiteit**

Het derde onderdeel onderzocht hoe de partijen omgingen met de aanwezigheid van de lokale identiteit(en). Hierbij hoorde de derde deelvraag: *Op welke manier wordt er binnen de lokale politiek rekening gehouden met de lokale identiteit(en) binnen de gemeenten?*

In alle vier de gemeenten bestond verdeeldheid over de aanwezigheid van een lokale identiteit. Sommige partijen vonden dat er in hun gemeente een sterke lokale identiteit was. De overige partijen bespeurden echter geen gemeentelijke lokale identiteit. Dit resultaat komt overeen met de resultaten van Ten Kleij (2015), die ook stelde dat iedere gemeenschap en gemeente verschilt in de vorm van identiteit. Opvallend was dat met name de unieke lokale partijen een lokale identiteit herkenden in hun gemeente en daar ook vervolgens waarde aan hechtten. Het belang van die identiteit kwam vooral naar boven als er sprake was van lokale of regionale samenwerking met omliggende gemeenten. Deze partijen vreesden dat hiermee de zelfstandigheid en eigenheid van hun gemeente in gevaar zou kunnen komen. De literatuur wees uit dat een dergelijke botsing van identiteiten inderdaad mogelijk is wanneer twee identiteiten samen een nieuwe identiteit moeten vormen (Terlouw & Hogenstijn, 2015; Ten Kleij, 2015). Enkele partijen in dit onderzoek zagen dit als een groter obstakel dan de andere partijen. Dat dit alleen een aantal unieke lokale partijen betrof was opvallend, maar viel ergens ook te verwachten, aangezien unieke lokale partijen erg veel waarde hechten aan het belang van het karakter van hun gemeente. De overige partijen die niet een lokale identiteit in hun gemeente herkenden, zagen dan ook weinig moeilijkheden bij een eventuele intensievere regionale samenwerking.

### **Verkiezingssucces en verschillen tussen unieke en landelijke lokale partijen**

In het laatste onderdeel van de resultaten werd gekeken of er verschillen waren bij de werkwijze en resultaten tussen de unieke en landelijke lokale partijen en in hoeverre de werkwijze van de lokale partijen verschillende resultaten hebben opgeleverd tijdens de verkiezingen in 2014. Hierbij horen zowel de vierde als de vijfde deelvraag, namelijk: *Op welke manier verschilt de werkwijze van unieke lokale partijen met die van de landelijke partijen op lokaal niveau?* En *Wat is het succes van de onderzochte partijen bij de verkiezingen?*

Van alle partijen is bekeken hoeveel aandacht zij besteden aan communicatie en lokale identiteit. De partijen die veel aandacht besteedden aan communicatie en/of lokale identiteit hebben in 2014 in hun gemeenten meer zetels behaald dan de partijen die daar minder aandacht voor hadden. Dit zou kunnen betekenen dat deze werkwijze lonend is en meer succes brengt bij de verkiezingen. Wat betreft communicatie, komt de uitkomst van dit onderzoek overeen met het onderzoek van Brants en Voltmer (2011), waarin werd gesteld dat de kiezer van tegenwoordig continue op de hoogte gehouden wil worden door de politiek. Het zou volgens dat onderzoek dus logisch zijn dat de partijen die aan permanente campagnevoering doen, meer stemmen zouden krijgen. Dit omdat zij het publiek dan niet uit het oog verliezen. Ook de uitkomst van dit onderzoek over omgang met lokale identiteit komt overeen met de literatuur. Mensen die zich verbonden voelen met hun omgeving zouden volgens de literatuur namelijk vaker hun stem uitbrengen bij de lokale verkiezingen, en kiezers zouden voornamelijk op een partij stemmen waarmee zij zich associëren (Koole, 2000;

Boogers, Lucardie & Voerman, 2007; Steenvoorden & Van der Waal, 2016). Logischerwijs stemmen mensen die zich verbonden voelen met de omgeving namelijk vaker op partijen die deze verbondenheid ook uitdragen in de vorm van aandacht schenken aan lokale identiteit.

Hiernaast is gekeken of er onderscheid te maken was in de werkwijze en het succes hiervan tussen unieke lokale partijen en landelijke lokale partijen. Op basis van dit onderzoek kon niet worden vastgesteld dat unieke lokale partijen een heel andere werkwijze erop na houden dan landelijke lokale partijen. Ook de achterliggende ideologie had geen invloed op de werkwijze van lokale partijen en het verkiezingssucces dat zij behaalden.

## Conclusie

Nu de deelvragen zijn besproken en beantwoord kan er in de conclusie een antwoord worden gevormd op de hoofdvraag. De hoofdvraag van dit onderzoek was: *In hoeverre spelen de inhoudelijke werkwijze, en verschillen in partijsoort en ideologie van lokale partijen een rol bij het behalen van succes bij verkiezingen?*

Aan de hand van verschillende thema's is de werkwijze van een aantal lokale partijen onderzocht en uiteindelijk gekoppeld aan hun zetelwinst bij de laatste verkiezingen. In de werkwijze van alle onderzochte partijen zijn inderdaad grote verschillen gevonden. In de communicatie- en campagnevoering van de partijen was een onderscheid te maken tussen partijen die permanent campagne voerden en zij die dat niet deden, waarbij de partijen die permanent campagne voerden een beter resultaat behaalden. In de werkwijze omtrent lokale identiteit was een duidelijk verschil te bemerken tussen lokale partijen. Slechts een deel van de partijen besteedden hier aandacht aan. De partijen die aandacht besteedden aan lokale identiteit scoorden gemiddeld beter dan de partijen die dit niet deden. Hierbij maakte het soort partij verschil: alleen unieke lokale partijen besteedden aandacht aan lokale identiteit. Op zowel communicatievoering als omgang met lokale identiteit, had de achterliggende ideologie echter geen invloed.

Op basis van dit onderzoek zou geconcludeerd kunnen worden dat de werkwijze, in de vorm van communicatie en omgang met lokale identiteit, dus waarschijnlijk bepalend is voor succes bij de verkiezingen. De werkwijze lijkt hierbij doorslaggevend en niet de achterliggende ideologie of het soort partij. De resultaten kunnen echter wel door een aantal punten beïnvloed zijn, daarop wordt hieronder gereflecteerd. Ook worden implicaties en aanbevelingen besproken.

## Reflectie

Terugblikkend op het onderzoek zijn er een aantal sterke punten en een aantal beperkingen te benoemen. In deze reflectie worden die punten aangehaald en besproken in hoeverre zij van invloed zijn geweest op het onderzoek.

### Sterke punten

Het onderzoek kende een aantal sterke punten. Allereerst bestond deze thesis voornamelijk uit een kwalitatieve methode, namelijk het interviewen van politieke partijen. Tijdens deze interviews is veel informatie verkregen en zijn achterliggende motieven voor bepaalde partijstrategieën toegelicht. Als er gebruik was gemaakt van een kwantitatieve methode zouden er wellicht verbanden kunnen worden gelegd die statistisch aantonen dat een bepaalde werkwijze leidt tot meer succes bij de verkiezingen. Toch zou die methode twee problemen met zich mee hebben gebracht. Ten eerste zou de omvang van het aantal partijen enorm moeten worden uitgebreid, wat zou betekenen dat tientallen partijen vragenlijsten zouden moeten invullen. Dit zou binnen het tijdsbestek van het onderzoek niet hebben gekund. Ten tweede zou een kwantitatieve methode geen inzicht geven in de



manier waarop partijen handelen zoals ze doen. Daarbij werkte het quasi-gestructureerde interview goed, omdat op die manier gelijkwaardige interviews met een soortgelijke structuur zijn ontstaan. De keuze voor deze kwalitatieve methode was zowel vooraf als achter gezien de beste optie.

Daarnaast kan, terugkijkend op het hele onderzoek, worden gesteld dat dit redelijk volgens planning is verlopen. Ten tijde van het vooronderzoek is getracht om binnen dezelfde regio zoveel mogelijk gemeenten te benaderen en daarbinnen politieke partijen te spreken. Hierbij is het gelukt om gemeentes te onderzoeken die aan elkaar grensden. Dit had als voordeel dat eventuele problemen binnen deze regio door meerdere partijen gedeeld en benoemd konden worden (zoals de mogelijke samenwerking tussen Noordwijkerhout en Noordwijk).

Als laatste was het, zoals in de methodologie is vermeld, de bedoeling om te kijken naar uiteenlopende successen voor lokale partijen binnen de verschillende gemeenten. Binnen de vier onderzochte gemeenten is voldoende variatie gevonden in lokale partijen die veel en weinig zetels hebben. In deze opzet is het onderzoek dus geslaagd. Daarnaast hebben de interviews binnen een relatief korte tijd van enkele weken achtereenvolgens plaatsgevonden, waardoor voor alle partijen de vorige verkiezingen ongeveer even lang geleden waren.

## **Beperkingen**

Het onderzoek kende ook zijn beperkingen, welke hieronder kort besproken worden. Als eerste beperking was er een oneffenheid die optrad in aanloop van de interviewafspraken, waarbij niet alle geïnterviewden vooraf een topiclijst was toegestuurd. Bij diegenen waarbij dit niet was gebeurd kan het ontbreken van de topiclijst mogelijk de voorbereiding van het interview aan de kant van de ondervraagde hebben beïnvloed. Om dat gelijk te trekken is bij deze personen voorafgaand aan het interview verteld welke onderwerpen aan bod zouden gaan komen.

Een andere beperking is dat het onderzoek betrekking had op de verkiezingen van 2014 en het succes dat de partijen in dat jaar hadden. Deze verkiezingen waren ten tijde van dit onderzoek al een tijd geleden. Dit had tot gevolg dat er in de tussentijd binnen de partijen al veranderingen waren opgetreden, zoals bijvoorbeeld een andere fractievoorzitter dan voor de verkiezingen. De kennis over de handelingen van toen lag dan ook niet bij alle partijen meer duidelijk op het netvlies. Dit is gecompenseerd door ook naar de partijprogramma's van 2014 te kijken om een beter beeld te kunnen schetsen over de toenmalige werkwijze van de partijen.

Verder richtte deze thesis zich op de werkwijze van lokale partijen en hoe zij daarmee de kiezer probeerden te bereiken en voor zich te winnen. De kiezers zelf en de redenen waarom zij voor een bepaalde partij gekozen hebben zijn in dit onderzoek niet onderzocht. Mogelijk had dit wel een vollediger beeld kunnen geven of het beleid dat de partijen voerden, ook daadwerkelijk zo bij de kiezer is overgekomen.

Een vierde beperking is dat er veel non-respons was onder de partijen die waren benaderd voor een interview. Dit had als gevolg dat er in dit onderzoek alleen partijen uit gemeentes in Zuid-Holland zijn meegenomen en dat het aantal deelnemende partijen varieerde van twee tot vier per gemeente. Het onderzoek zou mogelijk meer in balans zijn geweest als dit aantal in elke gemeente gelijk was. Desondanks zijn elf politieke partijen een bruikbaar aantal gebleken voor de omvang van dit onderzoek. Na het afnemen van de interviews met elf partijen en een griffier bleek ook dat de verkregen informatie verzadigd begon te raken. Extra interviews met meer partijen zouden om die reden mogelijk niet hebben geleid tot nieuwe inzichten. De grote beperking hiervan is echter dat de resultaten van het onderzoek niet generaliseerbaar zijn voor alle lokale partijen in Nederland.

## **Implicaties en aanbevelingen**

Dit verkennende onderzoek heeft enkele interessante conclusies en inzichten opgeleverd over de werkwijze van politieke partijen in de lokale politiek. Uit de conclusies van dit onderzoek komen een aantal implicaties en aanbevelingen voor.

Zo is gebleken dat lokale partijen die zich nadrukkelijk bezighouden met een actieve communicatie- en campagnevoering en daarnaast ook aandacht hebben voor lokale identiteit in hun gemeente, meer zetels behaalden tijdens de afgelopen verkiezingen. Het investeren in contact met de burger en je als partij richten op lokale belangen lijkt dus wel degelijk zijn vruchten af te werpen. Dit impliceert dus dat partijen hier wellicht lering uit kunnen trekken en aan deze onderwerpen meer aandacht kunnen gaan besteden om meer succes te kunnen behalen bij verkiezingen.

Om te bepalen of de conclusies die zijn getrokken bij deze thesis ook opgaan voor andere partijen en regio's, zou er elders in Nederland ook onderzoek gedaan kunnen worden op dezelfde manier. Aan de hand daarvan zou kunnen worden bekeken in hoeverre daar dezelfde factoren een rol spelen op lokaal verkiezingssucces. Daarnaast zou naast de werkwijze en de ideologie van partijen in een vervolgonderzoek kunnen worden gekeken naar mogelijke andere factoren die invloed hebben op succes bij de lokale verkiezingen. Wellicht dat er nog andere krachten aanwezig zijn die een belangrijke rol spelen.

Eén van de hiervoor genoemde beperkingen van dit onderzoek was dat het alleen keek naar het verhaal van de politieke partijen en hun beleid. Er zou ook kunnen worden onderzocht in hoeverre lokale partijen daadwerkelijk het kiezersgedrag hebben beïnvloed in deze regio door een onderzoek te houden onder kiezers en wat voor hen bepalend is bij het stemmen. Dat zou dan vervolgens kunnen gecombineerd met dit onderzoek.

Een andere beperking in dit onderzoek was dat het werd uitgevoerd tussen twee verkiezingsperiodes in. Als het onderzoek zou worden herhaald, is het wellicht interessant om dit dichterbij een gemeenteraadsverkiezing te doen. Ten eerste kunnen de partijen dan beter vertellen wat ze wel en niet doen tijdens verkiezingen. Ten tweede is het dan mogelijk om meerdere onderzoeksmethoden toe te passen, zoals een observatie van gebruikte communicatie- en campagnemiddelen.

# Literatuur

---

- Adriaansen, M.L. & van Praag, P. (2010). Nieuwe scheidslijnen en de turbulente relatie tussen politiek, media en burgers. In: H. Dijstelbloem, P. den Hoed, J. W. Holtslag, & S. Schouten (editors), *Het gezicht van de publieke zaak: openbaar bestuur onder ogen*. WRR verkenningen Nr. 23. Amsterdam University Press, Amsterdam
- Anderson, B. (1983). *Imagined Communities. Reflections on Origin and Spread of Nationalism*. Verso, Londen & New York
- Balmer, J.M.T. & Greyser, S.A. (2002). Managing the multiple identities of the corporation. *California Management Review*, 44(3), pp.72-86
- Besten, G., den (2013). Interne memo. Communicatieplan gemeenteraadsverkiezingen 2014 Geldermalsen. Verkregen van: <https://www.geldermalsen.nl/bis/dsresource?objectid=45273eb3-9133-45b4-825b-c1d8c52f6646>
- Boeije, H. (2014). *Analyseren in kwalitatief onderzoek*. Boom/Lemma, Den Haag.
- Boeije, H., Hart, H., 't & Hox, J. (2005). *Onderzoeksmethoden*. Boom Onderwijs, Utrecht.
- Boogers, M., Lucardie, P. & Voerman, G. (2007). Lokale politieke groeperingen. Belangenbehartiging, protest en lokalisme. Groningen/Tilburg: Rijksuniversiteit Groningen/Universiteit van Tilburg.
- Boogers, M., Ostaijen, J.J.C. & Slagter, L. (2010). Lokale kiezers, lokale keuzes. Onderzoek naar de achtergronden en de betekenis van het stemgedrag bij de gemeenteraadsverkiezingen van 2010. Tilburgse school voor politiek en bestuur. Universiteit van Tilburg.
- Boogers, M. & Voerman, G. (2010). Independent Local Political Parties in the Netherlands. *Local Government Studies*, 36(1), pp. 75-90.
- Brants, K. & Voltmer, K. (2011). *Political Communication in Postmodern Democracy. Challenging the Primacy of Politics*. Palgrave Macmillan, Londen.
- Broersma, M. (2010). Media en identiteitspolitiek. In: M. Broersma & J.W. Koopmans (red.), *Identiteitspolitiek. Media en de constructie van gemeenschapsgevoel*. Uitgeverij Verloren, Hilversum.
- Bryman, A. (2012). *Social research methods*. Oxford University Press Inc., New York.
- Budge, I., Robertson, D. & Hearl, D. (1987). *Ideology, strategy and party change: spatial analyses of post-war election programmes in 19 democracies*. Cambridge University Press: Cambridge.
- Cornips, L. & Stengs, I. (2010). Regionale identiteit. Lokale beleving van wie we zijn. Wetenschappelijk tijdschrift D66, Idee November 2010, pp. 10-13.
- Derksen, W. (2003). Lokale partijen, een andere politiek: een onderzoek naar de lokale partijen bij de gemeenteraadsverkiezingen van 1998. In: G. Voerman (red.), *Jaarboek Documentatiecentrum Nederlandse Politieke Partijen 2001*, pp. 117-141. Documentatiecentrum Nederlandse Politieke Partijen, Groningen.
- Derksen, W. (2014). Op weg naar de gemeenteraadsverkiezingen. Tussenstand decentralisatie. *S&D*, Jaargang 71(1), pp. 110-114.
- Ditmars, M., van (2016). Staan raadsleden van lokale partijen dichterbij de burger? (Academische blog). Verkregen van: <http://stukroodvlees.nl/staan-raadsleden-van-lokale-partijen-dichterbij-de-burger/>
- Dool, P., van den (2014). Verkiezingen: lokale partijen scoren goed, PvdA en VVD leveren in. *NRC Handelsblad*, 19 november 2014. Verkregen van: <http://www.nrc.nl/nieuws/2014/11/19/verkiezingen-lokale-partijen-scoren-goed-pvda-en-vvd-leveren-in>
- Dunleavy, P. (1991). *Democracy, Bureaucracy and Public Choice. Economic explanations in political science*. Routledge Taylor & Francis Group: London and New York
- Euser, B. (2010). De geuzen aan het (gemeente)roer. De stap van verkiezingswinst naar lokaal

- bestuur. In: M. Boogers, E. Meurs, A.M. van Omme, M.F. Stein & J. Vis (red.), *Het huis van de democratie na de gemeenteraadsverkiezingen: achterstallig onderhoud?* (pp. 10-22). Sdu uitgevers, Den Haag.
- Gemeente Den Helder (2010). Zit de stemming er al in?. Communicatieplan voor de gemeenteraadsverkiezing 2010. Verkregen van: <https://gemeenteraad.denhelder.nl/Documenten/Communicatieplan-verkiezingen-2010.pdf>
- Gemeente Leusden (2014). Communicatiemiddelen gemeenteraad/griffie Leusden februari 2014. Communicatieplan gemeente Leusden. Verkregen van: <http://raadsplein.leusden.nl/download.asp?objectID=5443&link=0211%20Communicatiemid%20delen%20gemeenteraad.pdf>
- Gemeente Noordwijk (2015). Krijtlijnen voor de Omgevingsvisie Noordwijk 2030. Verkregen van: <https://www.noordwijk.nl/document.php?m=39&fileid=25172&f=6cbcf3d52c2a5debf3db6241bbee9293&attachment=0&c=18766>
- Gemeente Noordwijkerhout (2015). Communicatie van, voor en door iedereen. Communicatiebeleidsplan 2015-2018. Verkregen van: [http://www.noordwijkerhout.nl/fileadmin/Website/Bestuur/Bestuurlijke\\_stukken/2015/Ba m/2015-06-25/Communicatiebeleidsplan\\_2015-2018.pdf](http://www.noordwijkerhout.nl/fileadmin/Website/Bestuur/Bestuurlijke_stukken/2015/Ba m/2015-06-25/Communicatiebeleidsplan_2015-2018.pdf)
- Gemeentelijke herindeling in Nederland (2017). In *Wikipedia*. Opgevraagd op 24 mei, 2017, verkregen van: <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/2d/2017-NL-Gemeenten-basis-2500px.png>
- Hospers, G.J. (2013) *Geografie en gevoel. Wat plekken met ons doen*. Van Gorcum, Assen.
- Jacobs, D. & Ostaaijen, J., van (2017). De stembus voorbij. Het effect van de gemeentelijke campagne op de lokale opkomst bij de herindelingsverkiezing in Meierijstad. Onderzoeksrapport in opdracht van Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. Universiteit Tilburg, Tilburg
- Janssen, J. & Korsten, A. (2003). De wederopstanding van lokale lijsten. *Bestuurswetenschappen*, 57(2), pp. 90-112.
- Kiesraad (2017). Verkiezingen Gemeenteraden. Verkregen van: <https://www.kiesraad.nl/verkiezingen/inhoud/gemeenteraden>
- Kleij, M., ten (2015). Provincies moeten zich uitspreken (blog van Staatshuys). Verkregen van: <http://www.staatshuys.nl/blog/provincies-moeten-zich-uitspreken>
- Koole, R. (2000). *Interne partijdemocratie en representatie*, Jaarboek Documentatiecentrum Nederlandse Politieke Partijen 2000, pp. 41- 59.
- Korsten, A.F.A. (zonder datum). De politieke partij van de toekomst. Vier scenario's voor een politieke partij (intern manuscript).
- Krouwel, A., Koedam, J., Heck, S., van & Pol, M. (2014). Nederlandse regionale en lokale partijen in vergelijkend perspectief. Eindrapport Onafhankelijke SenaatsFractie. Verkregen van: <http://docplayer.nl/24660194-Nederlandse-regionale-en-lokale-partijen-in-vergelijkend-perspectief-andre-krouwel-jelle-koedam-sjoerd-van-heck-mark-pol.html>
- Laar, S., van (2010). Samen sterker. Samenwerking tussen gemeenten geanalyseerd. Helmond/Culemborg: Eburon
- Mackie, G. (2011). An Examination of the Expressive Theory of Voting. University of California, San Diego.
- Meer, T., van der & Kolk, H., van der (2016). Intermezzo: meer informatie verandert opvattingen. In: T. van der Meer & H. van der Kolk (red.), *Democratie dichterbij: Lokaal Kiezersonderzoek 2016*. Stichting KiezersOnderzoek Nederland.
- Most, E., van der (2008). Amateurs met een missie. Een onderzoek naar de rol van communicatie bij het electorale succes van lokale politieke partijen. Masterthesis, Erasmus Universiteit Rotterdam.
- Nederland Lokaal (2014). Uitslag Gemeenteraadsverkiezingen per gemeente. Verkregen van: <https://nederlandlokaal.info/pers/uitslag-gemeenteraadsverkiezingen-per-gemeente>

- NOS (2016, 9 juli 2016). Steeds minder mensen lid van politieke partij. Verkregen van: <http://nos.nl/nieuwsuur/artikel/2116587-steeds-minder-mensen-lid-van-politieke-partij.html>
- Ostaaijen, J. J. C., van (2012). Ondertussen in de lokale politiek. De ontwikkeling van lokale politieke partijen, de Leefbaar-beweging en Pim Fortuyn. *Beleid en maatschappij 2012*, 39(2), p. 194-201.
- Ostaaijen, J. J. C., van (2014). Bevlogen en begrensd: Een onderzoek naar de gemeenteraadsverkiezingen van 2014. Onderzoeksrapport in opdracht van Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. Tilburgse School voor Politiek en Bestuur.
- Ostaaijen, J., van, Epskamp, M. & Dols, M. (2016). Verbetering op komst: Een verkenning naar effectieve gemeentelijke inzet van communicatiemiddelen voor de opkomst van lokale verkiezingen. Tilburg University.
- Paasi, A. (1986). The institutionalization of regions. *Fennia 164*, pp. 105-146.
- Paasi, A. (2009). The resurgence of the 'Region' and 'Regional Identity': theoretical perspectives and empirical observations on regional dynamics in Europe. *Review of International Studies 35*, pp. 121-146.
- Pennington, M. (2000). *Planning and the political market. Public choice and the politics of government failure*. The Athlone Press: London & New Brunswick
- Praag, P., van & Brants, K. (2014). De macht van de medialogica. In: P. van Praag & K. Brants (red.), *Media, macht & politiek. De verkiezingscampagne van 2012*. Uitgeverij AMB, Diemen.
- Praag, P., van & Walter, A. (2014). De gestage professionalisering van de verkiezingscampagnes. In: P. van Praag & K. Brants (red.), *Media, macht & politiek. De verkiezingscampagne van 2012*. Uitgeverij AMB, Diemen.
- Progressief Oegstgeest (2014). Doelstelling van Progressief Oegstgeest. Verkregen van: <http://www.progressiefoegstgeest.nl/pro/c2107e1f/doelstelling>
- Rijsberman, M. (2014). Lokale partijen missen een landelijk netwerk (column). Verkregen van: <http://www.rijsberman.nl/2014/03/lokale-partijen/>
- Roos, S. & Berg, J., van den (2013). Een kwalitatieve verkenning van lokale identiteiten en gemeenschapsvorming in de gemeente Teylingen. TNS NIPO, mei 2013.
- Spierings, N. & Jacobs, K. (2014). Van leden naar 'likes'? Wat sociale media politieke partijen kunnen bieden. In: S. L. de Lange, M. Leyenaar & P. de Jong (red.), *Politieke partijen: overbodig of nodig?* Raad voor het openbaar bestuur. Adviesrapport, april 2014.
- Steenvoorden, E. & Waal, J., van der (2016). Stemgedrag bij gemeenteraadsverkiezingen. In: T. van der Meer & H. van der Kolk (red.), *Democratie dichterbij: Lokaal Kiezersonderzoek 2016*. Stichting KiezersOnderzoek Nederland.
- Stichting Dorpslab Oegstgeest (2015). Dorpsmarketing Oegstgeest - Plan van aanpak. Verkregen van: <http://docplayer.nl/12480306-Dorpsmarketing-oegstgeest-plan-van-aanpak.html>
- Terlouw, K., Gorp, B., van & Boisen, M. (2013). Laveren tussen lagen. *Agora 29(4)*, pp. 8-12.
- Terlouw, K. (2014). Lokale identiteit en schaalvergroting. *Openbaar Bestuur 24(4)*, pp. 2-7.
- Terlouw, K. & Hogenstijn, M. (2015). Eerst waren we gewoon wij en nu is het wij en zij. Gebruik, slijtage en vernieuwing van lokale en regionale identiteiten. Onderzoeksrapport in opdracht van Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, Bureau Verkenning en Onderzoek.
- Tilburg, M.F.J., van (1993). Lokaal of nationaal? Het lokale karakter van de gemeenteraadsverkiezingen in Nederlandse gemeenten (1974-1990). VNG-Uitgeverij, Den Haag
- Tilburg, M.F.J. van, & P.W. Tops (1990). Partijen en lijsten in Nederlandse gemeenten (1946-1986). *Documentatiecentrum Nederlandse Politieke Partijen Jaarboek 1989*. Verkregen van <http://irs.ub.rug.nl/ppn/153485329>
- TNS Nipo (2014). 'Lokale partijen' groeien door. Verkregen van: <http://www.tns-nipo.com/nieuws/persberichten/lokale-partijen-groeien-door/>

- Trouw (2014, 20 maart) *Opkomst stemlokalen net zo laag als in 2010*. Verkregen van:  
<https://www.trouw.nl/home/opkomst-stemlokalen-net-zo-laag-als-in-2010~a2af2cd2/>
- Verheul, W.J. (2012). *Stedelijke iconen. Het ontstaan van beeldbepalende projecten tussen betoog en beton* (Proefschrift Erasmus Universiteit van Rotterdam). Den Haag: Boom Uitgevers.
- Verkuyten, M. (1998). Identiteit en gemeenschappen. In: A.J. Hoekema & F. von Benda-Beckmann (red.), *Over de grenzen van gemeenschappen. Gemeenschap, staat en recht*. Elsevier, Den Haag.
- Vliegthart, R. (2014). En wat nu? Alternatieve strategieën voor politieke partijen om burgers te betrekken. In: S. L. de Lange, M. Leyenaar & P. de Jong (red.), *Politieke partijen: overbodig of nodig?* Raad voor het openbaar bestuur. Adviesrapport, april 2014.
- Voorde, N. van der (2014). *Ideologische nationalisatie van lokale verkiezingen? Een kwantitatieve analyse van lokale verkiezingsprogramma's* (promotieonderzoek, Universiteit Gent). Gent: Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen.
- Waal, J., van der & Steenvoorden, E. (2016). Wat zijn de belangrijkste problemen in de gemeente? In: T. van der Meer & H. van der Kolk (red.), *Democratie dichterbij: Lokaal Kiezersonderzoek 2016*. Stichting KiezersOnderzoek Nederland.
- Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (2007). *Identificatie met Nederland*. Amsterdam/Den Haag: Amsterdam University Press.
- Wijnen, P., van (2012). *Motieven die het stemgedrag van Nederlandse kiezers bepalen*. I&O Research instituut. Verkregen van:  
<http://www.ioresearch.nl/home/nieuws/artmid/445/articleid/458/motieven-die-het-stemgedrag-van-nederlandse-kiezers-bepalen#.WRv0UOvyjIX>
- Yack, B. (2012). *Nationalism and the Moral Psychology of Community*. Chicago: University of Chicago Press.

# Bijlagen

---

## Interviewvragen/topics

### Introductie

- Voorstellen van mezelf
- Interviewduur en kopjes introduceren
- *Wil u de scriptie na afloop toegestuurd krijgen JA/NEE*
- Vragen naar achtergrond geïnterviewde, wat zijn/haar rol is bij de partij en waarom hij/zij bij de partij zit.

### Algemene partij-informatie

- Heeft u van mij een kopie van uw partijprogramma?
- Heeft u nog ander partijmateriaal wat ik mag bekijken?
- Wanneer is uw partij opgericht?
- Hoe is uw partij tot stand gekomen (samensmelting of nieuwe partij – waarom dan opgericht)?
- Hoe zou u uw partij omschrijven (partijprofiel)?
- Hoe is de partij georganiseerd? (organogram, inspraak)

### Standpunten partij

- Wat zijn de speerpunten uit het partijbeleid? (minstens 3)
- Welke grote problemen spelen er in *gemeente* op dit moment? Is dit gekoppeld aan de speerpunten?
- Hoe ver bent u inmiddels met het behalen van uw doelstellingen/speerpunten? Bent u waar u zou willen zijn, en zo niet: waarom niet?
- Wat had u anders aan willen pakken?
- Zijn die standpunten inmiddels behaald, en zo niet, waarom niet?
- In hoeverre verschilt uw kijk hierop met andere partijen in de gemeente?

**Lokale identiteit:** *hieronder wordt verstaan: het gemeenschapsgevoel binnen bijvoorbeeld een gemeente.*

- Zou u kunnen spreken van de aanwezigheid van een lokale identiteit in *gemeente*?
- Zijn er volgens u meerdere identiteiten binnen de gemeente? Per dorpskern of per wijk? (evt voorbeeld geven van Leiden)
- Hoe zou u ze definiëren?
- Wat is volgens u de rol van die identiteit binnen de gemeente? Doet uw partij hier ook iets mee?
- Hoe speelt identiteit verder een rol in de gemeentelijke politiek?
- Waarin zitten verschillen of overeenkomsten met andere partijen?
- Heeft de gemeente samenwerkingsverbanden met andere gemeenten (in de regio)?
- Hoe kijkt u hier tegen aan? Wat zijn voor u voordelen of nadelen voor *gemeente*?
- Ziet u dit ook als een bedreiging voor de lokale identiteit? Zo ja, hoe erg vindt u dit en hoe treedt uw partij hier tegen op?

**Campagne en communicatie:** *contact met de burger is een belangrijk onderdeel van de politiek.*

- Hoe verloopt de communicatie tussen de partij en de burger? Welke middelen worden ingezet om te communiceren met de burger?
- Dus als ik het goed begrijp loopt de communicatie dus rechtstreeks/indirect/divers?
- Welke middelen daarvan werken volgens u effectief en waarom?
- Welke middelen daarvan werken volgens u niet goed en waarom niet?
- Stemt u uw communicatie af op bepaalde doelgroepen?
- Welke doelgroep bereikt u juist goed en welke minder goed?
- In hoeverre denkt u dat de manier van communiceren met de kiezer van invloed is op steun voor uw partij? (dus verkiezingssucces)
- Wordt er rekening gehouden met de communicatie van andere partijen met het opzetten van de verkiezingsstrategie?
- Is er verschil in de manier van communiceren tijdens en na de verkiezingscampagne? Zo ja, hoe?