

Democraat

D66



**Kansen
voor
iedereen**

**Kom in
actie!**

p. 02 Oproep Alexander Pechtold
**"Kom uit de kast
– als D66'er"**

p. 08 Lessen uit 1994
Dit is het moment

p. 14 Campagne-tips
**Canvassen
doe je zo!**

“Kom uit de kast – als D66’er”

Tweede Kamerlid Pia Dijkstra:

“Vrijzinnige en medisch-ethische kwesties lenen zich niet voor snelle meningen en oneliners”

(lees verder op p.04)

Lijsttrekker Alexander Pechtold:

“Ons belastingstelsel, de pensioenen, een vaste baan voor wie dat wil, de verbetering van het onderwijs, de zorg en de aanpak van de klimaatproblemen: dat zijn de issues waar het om gaat”

1 Alexander Pechtold (51)

“Dit zijn de belangrijkste verkiezingen ooit”, stelde campagneleider Sjoerd Sjoerdsma in het vorige nummer. D66-lijsttrekker Alexander Pechtold kan deze urgente boodschap volmondig beamen en doet bij deze een dringende oproep aan alle leden: “De verkiezingen worden uiteindelijk gewonnen langs het veld, op het schoolplein en over de heg met de burens. Dus: kom uit de kast, ga het gesprek aan en hang die poster voor je raam!”

De Tweede Kamer is nog met reces, maar dat betekent niet dat parlementariërs ook daadwerkelijk vakantie hebben. En dus bellen we met D66-lijsttrekker Alexander Pechtold, die op dat moment achter het stuur zit, op weg naar een campagne-heissessie op Texel. Nadat hij zijn oortjes heeft ingedaan, hoor ik een monter: “Ja, ik hang aan je lippen!”

Heb je je tijdens dit reces een beetje kunnen opladen? “Ik heb mijn best gedaan. Dat wil zeggen: ik heb geprobeerd mij twee weken lang niet bezig te houden met de hijgerigheid van de politieke actualiteit, dus even geen sociale media of pushberichten. Het verfrissende vond ik te bemerken dat je niet zo heel veel mist, tenminste niets essentieels. Mevrouw Simons zat bij een partij, zit niet meer bij die partij, en zit nu bij een andere partij – daar gaat het dan een week over. Ik merk dat als je je even helemaal afsluit van dat soort klein bier, dat je je weer kunt focussen op het grotere verhaal. En dat is toch wel noodzakelijk als je zulke belangrijke verkiezingen ingaat als die van 15 maart.”

Hoor je tijdens zo’n reces – bij familiebijeenkomsten, in de sportschool, tijdens de nieuwjaarsborrel in de buurt – andere verhalen dan op sociale media? “Ik hoor dat mensen de boodschap van Sjoerd, dat dit de belangrijkste verkiezingen ooit zijn, ook zo voelen, en dat ze een antwoord zoeken. En dat ze van een partij als D66 willen horen dat we ons niet gek laten maken. Ze vragen me dingen als: wat nou als Wilders de grootste wordt? Wat gaat Rutte dan doen? Ik zeg dan: *laten we de gok niet nemen dat Rutte en Wilders, misschien aangevuld met Henk Krol, toch 76 zetels halen*. De VVD heeft zich eerder aan Wilders uitgeleverd in Rutte-I, ik geloof Rutte niet op z’n blauwe ogen dat hij dat niet nog een keer doet. Voor mij is een coalitie met Wilders uitgesloten. Het is de afgelopen jaren heel duidelijk geworden dat deze partij niets op heeft met onze rechtstaat, met de principes van onze democratie, met alles wat Nederland Nederland maakt, en daarmee een uiterst gevaarlijke kant op manoeuvreert.”

Wat is jouw boodschap aan kiezers die zich zorgen maken? “Zorg ervoor dat die meerderheid er niet komt. Zorg er dus voor

dat de partij die dit kan voorkomen – een progressief-liberale partij die vanuit het stabiele midden de afgelopen jaren bewezen heeft haar verantwoordelijkheid te kunnen en willen nemen; zorg dat die genoeg zetels krijgt. En dat is D66. Rutte doet graag voorkomen alsof de VVD die partij is, en dat hij de strijd met Wilders aan zal gaan. Niet erg geloofwaardig wat mij betreft, want de VVD heeft zich de afgelopen jaren voornamelijk gericht op conservatieve thema’s zoals het voorkomen dat vluchtelingen Nederlands leren en integreren, in plaats van op liberale uitgangspunten zoals nieuwkomers zo snel mogelijk de taal laten leren en aan een baan helpen. Rutte voert een nepstrijd met Wilders, want hij schurkt er juist tegenaan. Maar het is uiteindelijk aan de kiezer om daar doorheen te prikken.”

Wat zijn de belangrijkste thema’s voor de komende jaren? “Meer vaste banen door lagere lasten, de houdbaarheid van onze pensioenen, de verbetering van het onderwijs door kleinere klassen, de zorg, en de aanpak van de klimaatproblemen: dat zijn de issues waar het om gaat. En die hangen allemaal met elkaar samen. Het belastingstelsel en met name het verlagen van de inkomstenbelasting hebben – net als goed onderwijs – te maken met het vergroten van kansen van mensen op een vaste baan. Rust in de zorg en meer verpleegkundigen helpen onze zieken, gehandicapten en ouderen. De aanpak van het klimaat- en energievraagstuk is alles overkoepelend; we moeten naar een groene, toekomstbestendige economie. “Als ik dan Asscher hoor – die zich amechtig probeert af te zetten tegen de VVD én tegen het werkgelegenheidsbeleid waar hij de afgelopen jaren notabene hoofdvantwoordelijk voor was – dan maak ik me grote zorgen over de plannen van de PvdA voor onze open economie. Hij zet het vrij verkeer van personen, een fundament onder Europese samenwerking, op de helling. Er wordt veel ingespeeld op angstbeelden en de nostalgische veiligheid van het verleden – ik denk dat we het beter kunnen hebben over de feiten en de reële zorgen die mensen nu hebben.”

“Dertig jaar geleden hingen leden zo’n raambiljet vol trots op. Nu bemerk ik een zekere schuchterheid. Schud dat van je af!”

Sommige kiezers haken af bij harde feiten en voelen zich eerder aangesproken door sentimenten; hoe wil je deze groep bereiken? “Je moet problemen en zorgen van mensen onderkennen en bespreken, daar begint het mee. Maar mijn ervaring in de vele gesprekken die ik met mensen heb, is dat ze vervolgens openstaan voor feiten en argumenten. Ik ben ervan overtuigd dat je altijd eerlijk moet zijn in de boodschap: politiek is keuzes maken, tussen verschillende generaties en tussen verschillende belangen. Als je Nederland toekomstbestendig wilt maken, dan móet de AOW-leeftijd omhoog. Dat wil niet zeggen dat we de groep die daar problemen mee ondervindt, zoals mensen met een prepensioen, laten zitten – daar gaan we oplossingen voor bedenken. Maar het besluit terugdraaien omdat het impopulair is of omdat mensen anders niet op je zullen stemmen, is geen optie. Dat is zwak leiderschap.”

Hoe voorkom je dat de campagne toch gekaapt wordt door sentimenten, of door de waan van de dag? “Ik heb de afgelopen tien jaar geleerd dat het verloop van campagnes totaal onvoorspelbaar is

en dat in met name de laatste drie weken alles kan veranderen. Ik heb gemeenteraadsverkiezingen meegemaakt die gingen over de Voedselbank, ik heb Provinciale verkiezingen meegemaakt die volledig bepaald werden door Uruzgan – ik zei dan maar dat dat weliswaar ook een provincie is (*van Afghanistan, red.*), maar niet één waarover gestemd kon worden...

“Waar het om gaat is dat je je eigen onderwerpen zelfbewust en helder agendeert. En dat je daarmee voorkomt dat Wilders, Rutte en Henk Krol de agenda bepalen. De jacht op de achterban van Wilders is prioriteit nummer één, dat merk je bij de VVD, bij het CDA en bij al die splinters. Ik zal altijd proberen een brug te slaan naar die mensen, maar niet door, zoals die conservatieve partijen, tegen Wilders aan te schurken.”

Maar de strijd tegen het populisme mogen wij toch niet overlaten aan de anderen? “Wij laten die strijd nóóit lopen – nooit gedaan ook. Maar ik wil de campagne en de verkiezingen niet laten domineren door de 140 tekens van Wilders, maar door de progressieve toekomstagenda van D66. Je mag van mij en al onze kandidaten verwachten dat wij ons de komende maanden keihard gaan inzetten. Ik ga de strijd en die debatten aan met alles wat ik in me heb. Maar... en dit is een Grote Maar: wij kunnen het niet alleen. Verkiezingen worden uiteindelijk gewonnen langs het veld, op het schoolplein en over de heg met de burens. En daar ligt een grote rol voor onze achterban. Want als je kijkt naar Brexit, naar de verkiezing van Trump, naar het referendum in Italië, dan zie je dat het elke keer om een nipte meerderheid ging. Het was elke keer kantje boord. Clinton kreeg te weinig democraten op de been, het Britse Remain-kamp kreeg te weinig jongeren op de been. Hier ligt dus ook een taak voor onze leden, voor onze achterban. Want dat het kán, zagen we in Oostenrijk. Daar won de progressieve kandidaat van de extremistische kandidaat. En weet je welke kiezersgroep de doorslag gaf? Vrouwen. Prachtig!”

Wat is jouw boodschap aan onze achterban, aan al onze leden? “Iedereen. Kan. Wat. Doen. En nu is het moment. Heb je geen tijd om te helpen met de campagne? Hang dan in elk geval die poster voor je raam. Dertig jaar geleden hingen leden zo’n raambiljet vol trots op. Nu bemerk ik een zekere schuchterheid. Schud dat van je af! Kom uit de kast als D66’er, ga het gesprek aan, bespreek al die belangrijke onderwerpen met je vrienden, familie, burens en collega’s; heb het lef om in de kantine mensen aan te spreken op wat zij gaan doen. En gebruik daarbij de voorbeelden die ik net noemde, van die nipte overwinningen in de VS en bij de Brexit. Want die stemmen gaan het verschil maken. En als je daar toch moeite mee hebt – doneer dan! Campagne voeren is geen liefdewerk-oud-papier, zoals sommigen graag denken. Campagne voeren kost geld, en onze campagnekas is een stuk kleiner dan die van andere grote partijen. Elke raamposter, elke helpende hand, elke donatie, elke stem helpt én telt.”

In 1994 ‘verloor’ D66 zo’n 5 tot 7 zetels (zie p. 10) omdat lijsttrekker Hans van Mierlo niet wilde meedoen aan de race om het premierschap. Wilt u dat wel? “Ik heb het al eerder gezegd: het is geen jongensdroom, maar ik ben er klaar voor. En ik heb het meest verstand van algemene zaken, dus dat komt ook mooi uit. Ik verhuis dus graag naar het Torentje – dan maar een wat kleinere werkkamer...” ■

4 Pia Dijkstra (62)

Tweede Kamerlid Pia Dijkstra heeft de afgelopen jaren enorme successen behaald op het gebied van vrijzinnige en medisch-ethische kwesties: het verbod op de weigerambtenaar, de verwijsplicht voor artsen bij euthanasie, verplichte voorlichting over homo-seksualiteit op scholen en het voorstel voor actieve donorregistratie (ADR), dat nu door de Tweede Kamer is. Onlangs diende zij haar initiatiefwet Voltooid Leven in. “Dit zijn grote onderwerpen, die zich niet lenen voor snelle meningen en oneliners.”

“Blijven agenderen en bespreekbaar maken”

Vrijzinnige en medisch-ethische kwesties staan niet bovenaan de campagne-agenda van D66. Waarom niet? “Er is een verschil tussen agenda en houding. Deze onderwerpen vormen de grondhouding waarmee we naar alle onderwerpen in onze samenleving kijken. Het zit verweven in ons DNA, in het DNA van D66. Maar het is niet zo dat we ze niet actief agenderen; deze onderwerpen laten zich simpelweg niet wegzetten als campagne-onderwerp. Het gaat over de vrijheid van mensen om over hun eigen leven te beslissen, om beslissingen dichterbij mensen zelf te leggen. Het zijn grote onderwerpen, die zich niet lenen voor snelle meningen en oneliners.”

Wat zijn voor jou de grote onderwerpen voor de komende jaren? “Naast de twee recente wetsvoorstellen over donorregistratie en voltooid leven, waarmee ik de komende tijd nog druk bezig zal zijn, zijn dat technologische ontwikkelingen op het gebied van medisch-ethische kwesties, en de zorg. Bij het eerste onderwerp moet je denken aan DNA- en stamceltechno-

logie, zoals *genome editing*, waarbij je DNA kunt ‘herschrijven’. Hoe gaan we daarmee om? Het belangrijkste vind ik dat we het maatschappelijk debat daarover voeren. Veel mensen zijn angstig voor deze ontwikkelingen, of vinden het een ver-van-mijn-bed-show, maar het is geen optie om te doen alsof het er niet is. Het is aan de politiek en de maatschappij om de kansen én de grenzen van deze belangrijke ontwikkelingen te onderzoeken en vast te stellen.”

“Het gaat over de vrijheid van mensen om over hun eigen leven te beslissen, om deze beslissingen dichterbij mensen zelf te leggen”

Want dit debat wordt nu niet gevoerd? “Nauwelijks. Dat is sowieso een probleem in campagnetijd maar ook van het moderne politieke bedrijf. Het stoort mij enorm dat we nauwelijks meer de diepte ingaan. Het is de tijd van de oneliners, vaak gelanceerd vanuit politieke tegenstellingen in plaats van vanuit de inhoud. Het was daarom ook prettig om te horen dat collega’s tijdens de behandeling van ADR – mijn wetsvoorstel over actieve donorregistratie dat in september werd aangenomen door de Tweede kamer – zeiden: *Fijn, een goed, inhoudelijk debat!* Want we wilden uiteindelijk allemaal hetzelfde: dat er meer orgaandonoren beschikbaar komen. Als je dat wilt regelen, maar je verschilt van mening over hoe je dat regelt, moet je stevige debatten voeren. Dát is politiek.”

Je noemde als tweede onderwerp de zorg. “Ja, de grote vraag is en blijft: hoe houden we de zorg betaalbaar én toegankelijk voor iedereen. Ik vind dat we ons moeten focussen op voorkomen in plaats van genezen. Veel aandoeningen waaraan we vroeger stierven, zijn nu chronisch geworden. En zijn in veel gevallen te voorkomen, denk aan: hart- en vaatziekten, obesitas en vormen van kanker die samenhangen met ongezond eten, te weinig bewegen en roken. We moeten het meer over gezondheidsbescherming hebben in plaats van over gezondheidszorg. Daarbij spelen onderwijs, kennis over gezond leven, en technologische ontwikkelingen – zoals e-Health, waarbij je mensen bijvoorbeeld thuis kunt monitoren – een belangrijke rol. Kijken naar waar het beter én goedkoper kan en de discussie over de kosten niet uit de weg gaan: we moeten ervoor waken dat de druk op de solidariteit, die aan de basis ligt van ons zorgsysteem, niet te groot wordt.”

Vanuit welke functie zou je deze onderwerpen de komende vier jaar graag onder handen nemen? Ambieer je het minister- of staatssecretarisschap als D66 in het kabinet komt? “Nee, ik wil Kamerlid blijven. Ik wil deze onderwerpen blijven agenderen, met name de medisch-ethische kwesties hebben daarbij mijn aandacht, maar bovenal wil ik mijn twee wetsvoorstellen over actieve donorregistratie (ADR) en Voltooid Leven afmaken. Op dit moment zijn we bezig de vragen van de Eerste Kamer te beantwoorden over de donorwet. Het tweede voorstel betreft het gekaderd toestaan van een zelfgekozen levenseinde voor ouderen en ligt nu ter consultatie voor deskundigen en andere belangstellenden. Ik wil de komende periode graag verder met alle vragen die betrekkingen hebben op een waardig levenseinde. Denk aan vragen als: wanneer behandel je

en tot hoever wil je behandelen? Hoe voer je hier goede gesprekken over? Hoe zit het met de kwaliteit van leven? Daar moeten we het echt over gaan hebben.”

Zowel het aangenomen wetsvoorstel ADR als de initiatiefwet Voltooid Leven oogsten veel lof, maar roepen ook negatieve reacties op. Waar heeft dat mee te maken, denk je? “In zijn algemeenheid speelt het gebrek aan vertrouwen in politiek en overheid een rol. Die wordt ook actief gevoed, bijvoorbeeld met angstbeelden, zoals het idee dat de overheid nu gaat bepalen wat er met jouw organen of met jouw leven gebeurt. Terwijl het juist om het omgekeerde gaat: D66 wil deze beslissingen en de vrijheid om die beslissingen te nemen juist bij de mensen zelf leggen, in plaats van bij de overheid of bij anderen. Een andere reden waarom dit soort onderwerpen vrijwel altijd een gevoelige snaar raken, heeft denk ik te maken met dat mensen niet graag nadenken over hun eigen dood en de beslissingen die daarmee samengaan. En dat vragen we wel van mensen, door deze onderwerpen actief aan te snijden. En daar kom ik weer bij mijn eerdere punt: het gaat erom dat we deze medisch-ethische vraagstukken – die iedereen aangaan – blijven agenderen en bespreekbaar maken.” ■

4 Pia Dijkstra



Kandidaten
aan het woord

Hieronder vindt u de top-30 van kandidaat-Kamerleden voor D66 voor de Tweede Kamerverkiezingen van 15 maart. Een diverse lijst met diverse mensen uit diverse plekken in Nederland (en daarbuiten). Lijsttrekker Alexander Pechtold: “Ik ben heel trots op onze kandidaat-Tweede Kamerleden. Deze mensen zijn vol ambitie, ieder op z’n eigen terrein, ze staan voor politiek van vrijheid en verbondenheid en willen zich met hart en ziel inzetten voor kansen voor iedereen.”

Op deze pagina en op de pagina’s hierna leest u wat hun ambities zijn voor D66 én voor Nederland.

- 1. Alexander Pechtold
- 2. Stientje van Veldhoven
- 3. Wouter Koolmees
- 4. Pia Dijkstra
- 5. Ingrid van Engelshoven
- 6. Vera Bergkamp
- 7. Kees Verhoeven
- 8. Paul van Meenen
- 9. Jan Paternotte
- 10. Steven van Weyenberg
- 11. Sjoerd Sjoerdsma
- 12. Rob Jetten
- 13. Jessica van Eijs
- 14. Salima Belhaj
- 15. Maarten Groothuizen
- 16. Achraf Bouali
- 17. Rens Raemakers
- 18. Antje Diertens
- 19. Tjeerd de Groot
- 20. Monica den Boer
- 21. Matthijs Sienot
- 22. Joost Sneller
- 23. Rutger Schonis
- 24. Marijke van Beukering
- 25. Arend Meijer
- 26. Franca Eurlings
- 27. Munish Ramlal
- 28. Martine van Bommel
- 29. Kristie Lamers
- 30. Jaimi van Essen



2 Stientje van Veldhoven (43)

Rijswijk – “We hebben maar één aarde. En die biedt genoeg voor al die mensen die er willen wonen – mits we onze economie schoner, sterker en slimmer maken. Met warme geïsoleerde huizen, schone energie en elektrische auto’s. Een grote uitdaging, maar vooral ook een grote kans! Daar wil ik me weer vol energie voor inzetten.”

3 Wouter Koolmees (39)

Rotterdam – “Ik kijk positief en vol optimisme naar de toekomst. Ik geloof in een maatschappij waarin mensen kansen krijgen om mee te doen en zich te ontwikkelen. In een maatschappij waar de overheid ruimte laat voor eigen initiatief, maar ook opkomt voor de zwakkeren in de samenleving. Daar ligt nu de grote uitdaging.”

Kandidaten
aan het woord



5 Ingrid van Engelshoven (50)

Den Haag – “Het is helaas nog niet vanzelfsprekend dat iedereen gelijke kansen krijgt. Ik wil perspectief bieden en zorgen voor een samenleving met gelijke kansen in het onderwijs en op de arbeidsmarkt.”



9 Jan Paternotte (32)

Amsterdam – “D66 verdedigt de waarden waar onze vrijheid en welvaart op gestoeld is. De strijd tegen het populisme moeten we winnen. Dan krijgt onze vernieuwingsdrang nog meer ruimte.”

Foto Sebastiaan ter Burg



10 Steven van Weyenberg (43)

Den Haag – “Het gaat goed met Nederland. Toch hebben veel mensen geen gelijke kans om het beste uit zichzelf te halen en (weer) een plek te vinden op de arbeidsmarkt. Laat werk meer lonen. Maak het voor werkgevers aantrekkelijker om mensen aan te nemen. Geef zzp’ers alle ruimte om te ondernemen. En laat mensen de baas zijn over hun eigen pensioen. Zo zorgen we voor kansen voor iedereen.”



6 Vera Bergkamp (45)

Amsterdam – “Juist in deze periode van pessimisme en uitersten, wil ik met optimisme en realisme de verbinding blijven maken tussen politiek en samenleving. Met menselijkheid, rechtvaardigheid en vrijzinnigheid wil ik het leven van mensen mooier, beter en makkelijker maken. In een samenleving waar iedereen zichtbaar zichzelf kan zijn.”



7 Kees Verhoeven (40)

Amersfoort – “Langzaam maar zeker lijkt Nederland steeds somberder te worden. Mensen hebben het gevoel de grip op hun leven te verliezen en de toenemende tweedeling is een reëel gevaar voor onze open en diverse samenleving. D66 heeft de ambitie, het programma en de mensen om Nederland samen sterker te maken. Door iedereen kansen te bieden op een betere toekomst.”



11 Sjoerd Sjoerdsma (35)

Den Haag – “Dit zijn de belangrijkste verkiezingen ooit. Het gaat om het bepalen van de toekomst van Nederland. En dan zijn er eigenlijk maar twee smaken. Ik geloof dat als er één partij is die in het tijdperk van Trump, Le Pen en Wilders op kan staan tegen populisme, en die met échte oplossingen kan komen voor moeilijke problemen, dat dat onze partij is.”



8 Paul van Meenen (61)

Leiden – “De kansen van jongeren in Nederland worden nog steeds niet voldoende bepaald door hun talenten en inzet, maar teveel door hun afkomst. Dat is onaanvaardbaar. Ik wil blijven werken aan onderwijs waarin talent en toekomst voorop staan. Investeren in de alles-in-1-school, het beroepsonderwijs en in fundamenteel wetenschappelijk onderzoek. Met meer tijd en ruimte voor leraren.”



14 Salima Belhaj (38)

Rotterdam – “D66 is voor mij de enige partij die consequent de tweedeling in onze samenleving bestrijdt. Ze kijkt op een menswaardige en gelijkwaardige manier naar mensen. Want Nederlanderschap wordt bepaald door wie je bent en wat je doet. Niet door waar je vandaan komt.” ■

12 Rob Jetten (29)

Nijmegen – “Een inclusieve samenleving, zonder polariserende taal. Daar wil ik mij voor inzetten. Met een politiek die strijdt voor gelijke kansen, en respect heeft voor en ruimte geeft aan verschillen.”



In 1994 haalde D66 haar grootste verkiezingswinst ooit: 24 zetels. De overeenkomsten tussen de situatie toen en nu zijn opvallend. Wat kunnen wij leren van de campagne van 23 jaar geleden? We vragen het aan toenmalig campagneleider Lennart van der Meulen. “Stap volop in de strijd, wees helder over regeringsdeelname en over je ambitie om dat kabinet te willen leiden.”

Dit is (opnieuw) het moment

Op de burelen van de VPRO-redactie op het Media Park in Hilversum heerst de surrealistische stilte van het kerstreces. De bureaus langs de ‘redactietrap’ zijn onbemand, de beeldschermen staan op zwart. Algemeen directeur Lennart van der Meulen (57) begroet zijn bezoek hartelijk en wijst op de stapel oude kranten en folders op zijn bureau: “Het is lang geleden, dus ik heb het een en ander meegenomen voor ons gesprek.” Met enige nostalgie pakt hij het negentien pagina’s tellende campagneplan erbij. Titel: PLAN94. Datum: 12 mei 1993. Begroting: 733.000 gulden. “Later bleek dat de PvdA – die overigens een campagnebudget had van 3,5 miljoen – ons plan de hele campagne in handen heeft gehad. Van Mierlo had het in de trein laten liggen; dezelfde trein als waar Dick Benschop, campagneleider van de PvdA, die avond in zat. Ja, echt – waar gebeurd.” Hij grinnikt: “Typisch Hans.”

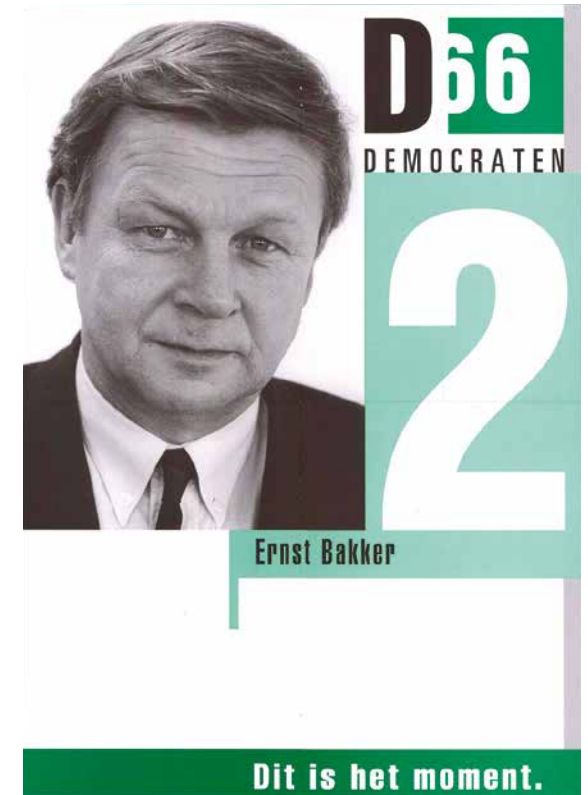
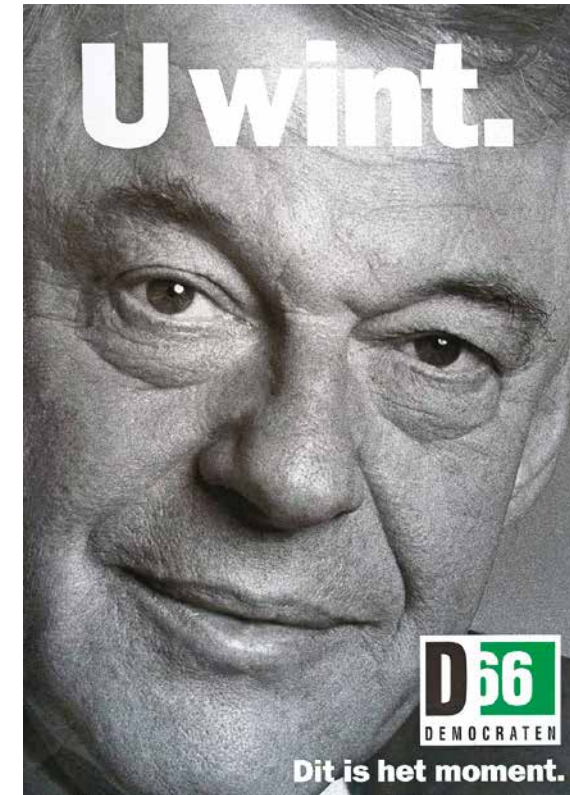
3 verkiezingen in 4 maanden

Op tafel ligt ook ‘D66 staat voor niets’. De slag om de kiezer: campagne ’94 – hoe D66 330 zetels won. Het is een gedetailleerd verslag van het krankzinnige campagnejaar 1994, waarin drie verkiezingen binnen vier maanden plaatsvonden: gemeente-raadsverkiezingen op 2 maart; Tweede Kamerverkiezingen op

3 mei en verkiezingen voor het Europees Parlement op 9 juni. Het 144 pagina’s tellende ‘campagnedagboek’ geeft een prachtig inkijkje in de pre-digitale campagnestrategie van een optimistisch en snel groeiend D66, en staat vol memorabele anekdotes. Zoals de wijze waarop de campagneslogan werd gekozen. Verschillende bureaus hadden zich over het prangende vraagstuk gebogen en de lijst met afgekeurde leuzen werd steeds langer: KIEZEN OF DELEN, D66 – Gewoon Anders, Maak politiek de moeite waard – Kies D66, Kies voor de verandering D66 en, met stip bovenaan de lijst: D66 staat voor niets. Allemaal niet urgent genoeg, vond het Strategisch beleidsteam (ST). Want: deze campagne was gericht op doorbraak. De doorbraak van D66 én die van een andere, nieuwe politiek. Tijdens een brainstorm-etentje bij Hans van Mierlo thuis (zuurkool met worst en veel flessen wijn) op 26 november 1993 mijmert Tweede Kamerlid en ST-lid Aad Nuis “Dit is het moment”, waarop zijn disgenoten opveren in gedeelde herkenning. En zo werd de leus voor de doorlopende campagne voor de drie verkiezingen van 1994 letterlijk en figuurlijk beklonken.

Twee jaar fulltime campagne

Wat ook anders ging dan tegenwoordig: Lennart van der Meulen was twee jaar lang *fulltime* campagneleider. Van der Meulen:



Affiches van de doorlopende campagne van 1994. Van rechts naar links: voor de gemeenteraadsverkiezingen op 2 maart (affiche Amsterdam), voor de Tweede Kamerverkiezingen op 3 mei, en voor de Europese Parlementsverkiezingen op 9 juni.

“Ik werd in 1992 twee jaar vrijgesteld om deze drie campagnes te organiseren. Het was een enorme operatie en we konden er niet klakkeloos vanuit gaan dat het kabinet Lubbers-Kok, het allersaaiste kabinet aller tijden, de rit helemaal zou uitzitten. Op dat moment stonden we ver boven de dertig zetels in de peilingen. We begonnen in het najaar van 1992 met de actieweek ‘Politiek in Uitvoering’, een soort midterm-campagne voor 150 lokale afdelingen. In juni 1993 hielden we een actiemaand voor circa 100 nieuwe afdelingen, een proefcampagne om ervaring op te doen. Het doel was tweeledig, want zo konden we de kiezers laten zien dat we niet alleen in campagnetijd de straat op gingen, maar we moesten ook een interne campagneorganisatie opbouwen. Om je een idee te geven: we waren in acht jaar tijd van 100 naar 400 afdelingen gegaan, dus er was geen solide campagne-structuur aanwezig.”

Na goedkeuring van PLAN94 door het Hoofdbestuur, raakt het campagneteam na de zomer van 1993 in stroomversnelling: het landelijk secretariaat verhuist van het huiselijke pand aan de Bezuidenhoutseweg naar een modern kantoorpand aan de Haagse Noordwal; het concept-verkiezingsprogramma wordt gepresenteerd, gevolgd door de 147 kandidaat-Kamerleden; alle

“Van Mierlo weigerde mee te doen aan de race om het premierschap. Daarmee verloor D66 de premierbonus van 5 tot 7 zetels”

400 afdelingen ontvangen het Campagnehandboek 94, stellen een campagnecoördinator aan en krijgen affiches en folders ‘op maat’ – een logistieke nachtmerrie die in het campagnedagboek wordt beschreven als ‘De hel op maat’. Daarnaast wordt een parallelle, niet-politieke campagne gevoerd, met onder andere een landelijke affichewedstrijd (zie kader op p.11). Van der Meulen: “Zo’n parallelle campagne is een mooie manier om de politieke cultuur van je organisatie meer smool te geven, om leden te werven, maar vooral ook om nieuwe netwerken op te bouwen. Door de ontzuiling is het voor veel mensen niet meer zo vanzelfsprekend om je bij een politieke partij of organisatie aan te sluiten. Daarvoor heb je nieuwe netwerken nodig, gebaseerd op gezamenlijke interesses en doelstellingen. De nieuwe gemeen-

Kandidaten aan het woord



13 Jessica van Eijs (35)

Eindhoven – “We hebben zoveel mogelijkheden om ons leven te verbeteren, zoals innovaties in de zorg en in groene energie. Door deze kansen te grijpen zorgen we voor een duurzame toekomst voor iedereen.”



15 Maarten Groothuizen (40)

Kiev (Oekraïne) / Nijmegen – “Het is mijn ambitie om te werken aan een veilig en rechtvaardig Nederland. Geen symboolwetgeving, maar investeren in efficiënte opsporing en goede kwaliteit van de rechtsspraak.”



16 Achraf Bouali (42)

Havana (Cuba) / Amsterdam – “Ik wil dat iedereen voldoende de kans krijgt zich te ontwikkelen. Nu is het moment om de kloof te dichten en het wederzijds begrip te vergroten. Zowel in Nederland als daarbuiten.”

Foto Sebastiaan ter Burg



Foto Merlijn Doornik

CV
Lennart
van der Meulen

Delft, 23 maart 1959
Woonplaats: De Bilt

Opleidingen
1977-1983
Sociologie, Universiteit Utrecht

Loopbaan
1979-1982
Fractiesecretaris D66 Utrecht
1985-1992
(Politiek) medewerker
D66-fractie (voor o.a. Hans van Mierlo); hoofdredacteur
Democraat; assistent landelijk campagneleider
1992-1994
Landelijk campagneleider D66
1994-1997
Politiek adviseur
D66-staatssecretaris Aad Nuis (Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap)
1997-2003
Commissaris Programma-toezicht, Commissariaat voor de Media
2003-2009
Netmanager Nederland 3 en Nederland 2, NPO
2009-heden
Algemeen directeur VPRO

schap: een typisch D66-onderwerp, dat wat mij betreft overigens meer aandacht verdient – vooral van D66 zelf.”

Een klassieke campagne...
Na de gemeenteraadsverkiezingen van 2 maart – waarbij D66 omgerekend 22 Kamerzetels haalt – gaat de campagne in één ruk door naar de Tweede Kamerverkiezingen van 3 mei. Op 16 april heeft de officiële campagne-kick-off plaats in Utrecht, waarna de campagnebus elke dag een nieuwe regio aandoet, waar de kandidaat-Kamerleden van ’s morgens vroeg tot ’s avonds laat een thema bediscussiëren door middel van werkbezoeken en politiek cafés.
Hoewel de opzet van deze intensieve campagne-tour destijds vrij nieuw was, was de campagne van 1994 feitelijk een traditionele campagne, zegt Van der Meulen. “Een klassieke campagne die – net als alle naoorlogse campagnes – nog draaide om de strijd tussen rechts en links. De strategie van het aanwakkeren van zogenoemde ‘onderbuikgevoelens’ was nog niet echt doorgedrongen, behalve dat de Centrumdemocraten (CD) van Hans Janmaat van 1 naar 3 zetels ging.” Het was ook een klassieke campagne met betrekking tot media en communicatie. Hoewel het belang van radio en televisie flink was toegenomen, met name de lijsttrekkersdebatten haalden hoge kijk- en luistercijfers, bepaalden krantenkoppen en -foto’s nog altijd in hoge mate het beeld dat de kiezer zich van een partij vormde. Van der Meulen: “Je was dus enorm afhankelijk van parlementair journalisten. Als zij een leeg campagnezaaltje fotograferden, dan was je de volgende dag een zetel kwijt in de peilingen. We hadden ook geen budget voor reclamecampagnes, zoals billboards of landelijke televisiespotjes, we moesten het echt hebben van *free publicity*. Direct contact met de kiezer was voor ons vrijwel onmogelijk; iets wat we wel nadrukkelijk nastreefden. Dat is nu met alle verschillende sociale-mediakanalen wel anders, je kunt je achterban elk moment van de dag direct en ongefilterd aanspreken.”

... met een revolutionair resultaat
Klassieke campagne of niet, het verkiezingsresultaat was verre van traditioneel. Van der Meulen: “Bij deze verkiezingen werd het klassieke stempatroon voor het eerst echt doorbroken. De verschuivingen waren enorm. D66 verdubbelde van 12 naar 24 zetels. De PvdA verloor 12 zetels en het CDA raakte maar liefst 20 zetels

kwijt. Dit is wat Van Mierlo wilde: het doorbreken van die vastgeroeste patronen. Deze verkiezingsuitslag luidde het failliet in van de politiek zoals we die kenden. En het was het begin van de polariserende politiek zoals we die nu kennen.”

Ondanks het enorme succes van de 24 zetels, was er ook teleurstelling tijdens de verkiezingsavond in Hotel Krasnapolsky te Amsterdam. D66 stond wekenlang op ruim 30 zetels in de peilingen; waarom werden deze niet verzilverd? Van der Meulen: “Een belangrijke oorzaak was dat Van Mierlo weigerde mee te doen aan de race om het premierschap. Hij vond dat doen alsof. Tweede Kamerverkiezingen gaan niet over de keuze van de minister-president, had hij altijd betoogd, maar over de macht in de Kamer. En toen puntje bij paaltje kwam, bleef hij bij zijn principiële standpunt. Daarmee behield hij zijn geloofwaardigheid en verloor D66 de premierbonus van 5 tot 7 zetels. Want de PvdA – die doodsbenauwd was voor Hans’ staatsmanschap – wist daardoor potentiële D66-stemmers in hun kamp te trekken. Kok ging namelijk wél openlijk voor het premierschap en liet bovendien steeds duidelijker horen dat hij voor een coalitie over links was. Waardoor de zwevende PvdA-D66-stemmer dacht: *Dan kies ik voor de zekerheid maar voor Kok, en dan krijgen we D66 er vast wel bij.*”

Opvallende overeenkomsten
Ja, de overeenkomsten tussen de situatie van 1994 en die van nu zijn opvallend, zegt Van der Meulen. In beide verkiezingsjaren heeft D66 12 zetels in de Kamer en voorspellen de peilingen flinke groei. En net als in 1994 staat D66 nu voor de grote uitdaging om die groei te verzilveren. In Kamerzetels én in regeringsdeelname. “D66 was in 1994 – net als nu – opgeklommen uit een diep dal en had een periode van tien jaar gestage groei doorgemaakt; zowel lokaal als landelijk, zowel in zetels als in leden. Dat is een voor- én een nadeel”, zegt Van der Meulen. “Want die groei maakt je sterker, maar als het goed met je gaat is dat lastiger campagnevoeren. De strijd lijkt minder urgent en de campagne kan daardoor defensief worden; gericht op consolideren. Terwijl een echte strijd, een vechtcampagne, effectiever is. Kijk maar naar de PvdA, die weet zichzelf elke keer weer uit die put te trekken, op het juiste moment een vliegwiél in hun campagne te krijgen.” Een andere relevante vergelijking: lijsttrekker Hans van Mierlo voerde – net



ANP PHOTO / Marcel Antonisse. Verkiezingsbord in Vianen, 4 februari 1994

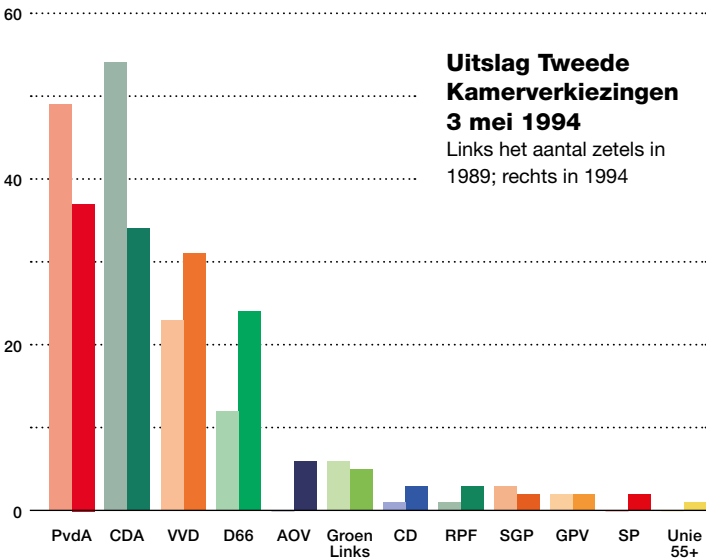
als Alexander Pechtold nu – al tien jaar succesvol ‘constructieve oppositie’ vóór het kabinet. Van der Meulen: “Net als Van Mierlo heeft Pechtold tien jaar de tijd gehad om zichzelf en de partij duidelijk neer te zetten als betrouwbaar en constructief. Maar om die zetels straks daadwerkelijk binnen te halen, moet je wel kleur bekennen en een goed en nieuw verhaal hebben. Waarom moet D66 in het kabinet?”
D66 had de kiezer in 1994 zeker een goed en nieuw verhaal te bieden, zegt Van der Meulen. “De belofte van een paars kabinet – zonder confessionele partijen. Dat was sinds 1918 niet meer voorgekomen. Met veel aandacht voor onderscheidende, immateriële thema’s die met name onder het CDA weinig aandacht kregen. Denk aan: individualisering, euthanasie en rechtsbescherming. Toch zijn we er niet voldoende in geslaagd om al onze potentiële kiezers ervan te overtuigen dat een stem op D66 daarvoor noodzakelijk was.”

Dit is – opnieuw – het moment
Hoe kan D66 de kiezer er nu wel van overtuigen dat een stem op D66 écht noodzakelijk is? Van der Meulen: “Mijn advies: stap volop in de verkiezingsstrijd, benoem een aantal essentiële thema’s voor de komende jaren, wees helder over regeringsdeelname en over je ambitie om dat kabinet te willen leiden. Pechtold móet daarbij voorop blijven gaan in de strijd tegen het populisme en het gevecht met Wilders niet overlaten aan Rutte en Asscher. VVD en PvdA proberen een deel van het electoraat terug te halen en schuiven op naar rechts. D66 kan in alles het positieve alternatief zijn voor het nieuwe populisme.”
En wat zijn die essentiële thema’s, volgens Van der Meulen? “Volgens mij is het belangrijkste thema voor de komende jaren dat Nederland weer moet gaan investeren in een sterke samenleving, of – als je de economie als uitgangspunt wilt nemen: we



← **Affichewedstrijd 40XD66**
In de zomer van 1993 schrijft campagneleider Lennart van der Meulen een affichewedstrijd uit, als onderdeel van de ‘parallelle campagne’ die hij heeft opgezet om de politieke cultuur van D66 meer smool te geven en om nieuwe netwerken op te bouwen. Bijna 400 ontwerpers en beeldend kunstenaars doen mee. Op 5 november worden 40 geselecteerde affiches tentoongesteld in het Stedelijk Museum te Amsterdam. Daar wordt ook de winnaar bekend gemaakt: H.M. Mulder uit Hoek van Holland met ‘luisteren’. Dit winnende Oor-ontwerp wordt ‘ondersteunend’ gebruikt tijdens de campagne voor de gemeenteraadsverkiezingen – naast de lokale D66-affiches.

moeten van de economie van het grote geld naar een groene economie, een open economie, een creatieve economie en een menselijke economie. Dat vraagt om investeringen in duurzaamheid, nieuwe bedrijven en diensten, cultuur, media en de creatieve topsectoren en steden als biotopen voor vernieuwing. Die boodschap moet helder zijn: het is nú tijd voor een kabinet met D66. Voor die nieuwe agenda móet D66 meedoen; je kunt de andere partijen onze toekomst niet alleen toevertrouwen. Dit is – opnieuw – het moment waarop het aankomt.” ■



Kandidaten
aan het woord



17 Rens Raemakers (25)

Neer (Leudal) — “Ik wil het vertrouwen van mensen winnen met doordacht beleid. Door taboes op de arbeids- en woningmarkt te doorbreken en te zorgen dat alle generaties gelijke kansen krijgen.”



18 Antje Diertens (58)

Groningen — “Ik wil naar een sociale samenleving met oog voor individuele vrijheid en ontplooiing. Waarin initiatiefrijke mensen met goede ideeën volop speelruimte krijgen.”



19 Tjeerd de Groot (48)

Haarlem — “Een duurzame voedselproductie is essentieel voor een leefbare aarde. Nederland heeft hiervoor alle kennis in huis. Samen met D66 wil ik ervoor zorgen dat Nederland hierin een voortrekkersrol gaat spelen.”



Serieuze gezichten bij de wekelijkse bijeenkomst van het campagnekernteam (ckt) op het landelijk bureau in Den Haag.



Campagneleider Sjoerd Sjoerdsma figert mee tijdens de campagne voor de herindelingsverkiezingen in Meierijstad in november 2016.



Communicatiemedewerkers Anne Ruth Schussler en Danielle Brouwer zorgen elke dag voor een constante stroom van (online) campagnecontent.



Het campagneteam tijdens de wekelijkse teamvergadering op maandagochtend. Vandaag op de agenda: het bustourschema!



Campagnestagiaires Sanne Overbeek, Joris Sistermans, Luit Onvlee en campagnemedewerker Leon Krijthe (zittend) zetten de routes voor de bustour uit.



Eventmanager Bart Rietveld (rechts) overlegt met de art director vlak voor het D66-congres in het Arnhemse Papendal begint.



Cameramann Jeroen Koopman is op bezoek bij sociaal ondernemer Jolijn Greutzberg in Groningen voor een filmopname.



Publieksvoorlichter Martine van Bommel samen met het campagneteam van D66 Almere tijdens een nieuwjaarsgreet-actie.



Afdelingsmanager en teamcoördinator Sander Bus - hij doet altijd drie dingen tegelijk - voor het landelijk bureau van D66.



Eindredacteur Democraat Jessica Hoogenboom tijdens de voorbereiding van een covershoot voor een (andere) campagne-editie van het D66-ledenblad.



Anne Ruth Schussler en cameraman Jeroen Koopman nemen een filmpje op met D66-Kamerlid Steven van Weyenberg in de Tweede Kamer.

Allemaal in de campagne-stand!

Campagnevoeren doen we met z'n allen, het hele jaar door, en zeker nu. Zo heeft vrijwel elke D66-afdeling een eigen campagnecoördinator, die lokale campagnevrijwilligers aanstuurt en bijeenkomsten en acties organiseert. Op het Landelijk Bureau van D66 in Den Haag huist de landelijke evenknie van deze campagneteams. Wie zijn zij en wat doen ze eigenlijk?

Het Landelijk Bureau van D66 aan de Hoge Nieuwstraat in Den Haag is verantwoordelijk voor de organisatorische kant van de partij en de vereniging. Hier wordt de (leden-)administratie bijgehouden, opleidingen gecoördineerd, afdelingsbijeenkomsten georganiseerd en campagnes op poten gezet. Op het bureau werken – buiten campagnetijd – circa 30 mensen.

MarCom / campagneteam

De afdeling Marketing en Communicatie (MarCom) bestaat uit 6-8 medewerkers. Buiten verkiezingsperiodes verzorgt dit team de ledennieuwsbrieven, publieksvoorlichting, social media, de Democraat, het landelijk congres en tussentijdse campagnes, zoals ledenwerf-acties en In-gesprek-met-acties. Daarbij staan zij in voortdurend contact met de lokale en regionale afdelingen. In campagnetijd dijt het team uit naar zo'n 20 man (inclusief stagiaires en vrijwilligers), verandert de vergaderruimte in een soort 'war room' en verkeert het team permanent in 24/7-campagne-stand.

Campagnekernteam

Het campagnekernteam (ckt) is een pop-up-team: het wordt bij elke campagne opnieuw geformeerd en bestaat uit afgevaardigden van de verschillende onderdelen van de partij: het Landelijk Bestuur, het landelijk bureau, de betrokken fracties en de vereniging (afdelingscontact). Het ckt staat onder leiding van de campagneleider en haar hoofdtaak is het bespreken en nemen van strategische beslissingen voor de landelijke campagne.

De campagneleider

De campagneleider is voorzitter van het ckt en verantwoordelijk voor de landelijke campagne. Sinds dit voorjaar heet hij Sjoerd Sjoerdsma; hij volgde collega-Tweede Kamerlid Kees Verhoeven op, die de campagnes voor de verkiezingen van de Tweede Kamer van 2012, de gemeenteraden en het Europees Parlement van 2014, de Provinciale Staten van 2015 en het Oekraïne-referendum (april 2016) leidde. ■

Kandidaten aan het woord

20 Monica den Boer (54)

Maasdam — “Samen met D66 wil ik voorkomen dat onze verworvenheden op het gebied van veiligheid, rechtsstaatelijkheid en internationalisering worden ondermijnd. Het is tijd voor een krachtig, consistent en overtuigend tegengeluid.”

21 Matthijs Sienot (44)

Utrecht — “Zonne-energie, klimaatneutraal bouwen en elektrische auto's bieden enorme kansen. Geef creatieve ideeën voor een groene economie de ruimte! Het zorgt voor meer werk, gezonde lucht en een leefbaar klimaat.”

22 Joost Sneller (34)

Den Haag — “Ondanks de enorme vooruitgang, voelen veel mensen het gemis aan essentiële verbindingen in onze samenleving. Ik wil mij inzetten voor een samenleving met vrijheid in verbondenheid als ideaal voor iedereen.”



Canvassen doe je zo!

Flyers uitdelen, op de markt staan, in-gesprek-met-acties: de meeste campagnevrijwilligers draaien er hun hand niet voor om. Maar langs de deuren gaan – echt bij mensen thuis aanbellen dus – vinden veel D66'ers toch wel een beetje spannend. “Wat moet ik doen als ik geen antwoord heb op vragen die mensen stellen?”

Workshopbegeleider Gijs de Jong van het landelijk bureau van D66 is al even bezig als iemand uit de zaal zijn hand op steekt: “Je hebt nu al een paar keer het woord *canvassen* gebruikt, maar ik weet eigenlijk niet precies wat dat is.” De Jong legt uit dat canvassen feitelijk hetzelfde is als een gesprek op straat of op de markt, maar dan aan de deur – bij mensen thuis. “Maar verder zijn de regels en de manier waarop je zo’n gesprek aangaat en voert hetzelfde.” De Jong, na afloop van de sessie: “Bij de afdeling campagne vergeten we weleens dat canvassen helemaal niet zo’n ingeburgerde term is in Nederland. Maar het is geen nieuwe manier van campagne voeren. Mijn ouders kennen het ook uit de tijd dat zij voor de PvdA langs de deuren gingen, alleen noemden ze het toen niet zo. Dat heette gewoon ‘langs de deuren gaan’.”

Aanbellen voor een praatje
Canvassen is best een beetje spannend, vinden de meeste D66'ers die zich hebben aangemeld voor deze campagnebijeenkomst in CREA in

Amsterdam. Terwijl in de zaal ernaast dertig D66'ers een ‘Crashcourse sociaal-liberalisme’ van de Mr. Hans van Mierlo Stichting volgen, zitten hier vijftig leden van verschillende afdelingen bij elkaar om te praten over de campagnetechniek die in de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk dagelijkse praktijk is, maar in Nederland veel minder. In gesprek gaan met mensen op straat: dat kennen én kunnen de meeste campagnevrijwilligers hier wel. Ze staan zelf regelmatig op markten of in drukke winkelstraten om met buurtbewoners te praten over de buurt, over politiek en over D66. Maar bij mensen thuis aankloppen – dat is toch andere koek. Ligt dat aan de inborst van de gemiddelde D66'er, of heeft het te maken met de Nederlandse cultuur, die wat geslotener is dan bijvoorbeeld de Amerikaanse? Beiden, denkt workshopbegeleider Gijs de Jong. “Maar het is hier zeker minder gewoon dan bijvoorbeeld in Amerika om zomaar bij vreemden aan te bellen voor een praatje.” De Jong adviseert vrijwilligers daarom ook om altijd een campagnejasje te dragen, liefst met z’n tweeën langs de deuren te gaan en om niet ’s avonds na het donker aan te bellen. “Wees duidelijk in wie je bent en wat je komt doen, en voorkom onprettige situaties.”

Verdiep je in de wijk
De Jong neemt het canvastraject stap voor stap met de aanwezigen door, van vooronderzoek in de wijk tot aan het gesprek zelf. Weet wat er speelt in de wijk waar je naartoe gaat, zegt hij. “Is er recent ergens rumoer over geweest? Wie wonen er? Veel jonge gezinnen of juist veel ouderen? Hoe is hier gestemd tijdens de laatste verkiezingen? En kijk ook naar praktische zaken. Een wijk met veel flatwoningen is niet handig, dan sta je de helft van de tijd door de intercom te praten. Daar kun je bijvoorbeeld beter een straatactie houden om de bewoners te spreken.”

“In welke wijk kun je nu het beste langs de deuren gaan?”, vraagt een vrijwilliger van de afdeling Amsterdam. Dat hangt van je doel af, zegt De Jong. “Canvassen is een intensieve en tijdrovende manier van campagnevoeren. Als je vlak voor de verkiezingsdag zit, dan wil je zoveel mogelijk twijfelaars spreken en D66-stemmers naar de stembus krijgen. *Get out the vote*, noemen we dat. Kies dan voor een wijk waarvan je weet dat daar vaak op D66 wordt gestemd. Maar als er geen verkiezingen voor de deur staan, ga dan

vooral ook de wijken in waarvan je denkt dat er meer tijd en energie nodig is om een band met de bewoners op te bouwen. Laat je gezicht zien en luister wat er speelt in zo’n wijk. Daar leer je veel van en mensen kunnen dat absoluut waarderen.”

Irritante Telegraaf-verkoper
“Ik voel me toch vaak zo’n irritante *Telegraaf*-verkoper die ik zelf juist altijd probeer te vermijden. Ik ben een beetje bang dat mensen ook zo naar mij kijken als ik ze aanspreek”, zegt een deelneemster van de afdeling Wassenaar. De Jong lacht. “Dat is begrijpelijk, maar je zult verrast zijn hoeveel mensen zo’n gesprek waarderen. Zorg voor een goede, concrete openingsvraag, zodat mensen meteen begrijpen dat je hen niets probeert te verkopen of probeert hen ergens lid van te maken. Vraag bijvoorbeeld: *Wat vindt u van de nieuwe parkeergarage bij u in de buurt?* En als mensen echt geen tijd of geen zin hebben, dan zeggen ze dat wel. Dat doe je toch zelf ook?”

“Zorg voor een concrete openingsvraag, zodat mensen meteen begrijpen dat je hen niets probeert te verkopen”

“Wat nou als ik geen antwoord heb op vragen die mensen stellen?” Er wordt instemmend geknikt bij deze vraag uit de zaal. De Jong: “Je kunt niet alles weten. Dat is dus helemaal niet erg. Geef aan dat je het gaat nazoeken. Belangrijk is dat je die belofte dan ook nakomt, bijvoorbeeld door een telefoontje of een mailtje. Een tip: concrete partijstandpunten kun je nu heel makkelijk terugvinden in de D66 Nu app.” Zorg dat je wel altijd een antwoord paraat hebt op de vraag waarom jij op D66 stemt, zegt De Jong. “Die motivatie is ook een goede basis voor een gesprek: maak het persoonlijk. Voorkom ingewikkelde politieke discussies, maar vraag wat iemand belangrijk vindt.” Nog een veel gehoorde vraag: “Veel mensen zeggen: *Ik ga niet stemmen, want die ene stem maakt toch niets uit*. Wat kan ik daarop zeggen?” Iemand uit de zaal reageert: “Ik heb een mooi voorbeeld. Bij de herindelingsverkiezingen in Edam-Volendam in 2015 kwam D66 slechts enkele tientallen stemmen te kort voor een



↑ D66'ster canvast voor Hillary Clinton, drie dagen voor de Amerikaanse presidentsverkiezingen op 8 november 2016

Canvassen

uitspraak
[kan-vas-suhn]

woordfeit
Canvassen komt uit het Engels: *to canvas(s)* en gaat terug op het Latijnse *canna-bis* ‘hennep’. Van hennep is onder meer touw te maken en canvas: ‘sterk linnen weefsel, (schilders)doek’. Als werkwoord kon *to canvas(s)* in de zestiende eeuw duiden op ‘het opgooien en vangen van mensen in een canvasdoek’ – als sport of als straf. Gaandeweg kreeg het allerlei andere betekenissen: ‘aanvallen, bekritisieren’, ‘discussiëren’, ‘nauwkeurig onderzoeken (onder andere van uitgebrachte stemmen)’, ‘peilen’ en ‘steun zoeken’. Daar is de politieke betekenis ‘kiezers werven’ bij gekomen. In die laatste betekenis is het woord in het Nederlands terechtgekomen.

Bron woordpost.nl

Kandidaten
aan het woord



23 Rutger Schonis (40)

Middelburg — “Nederland moet de omslag maken naar een duurzame, groene economie. Juist nu. Het liefst maak ik Nederland zo snel mogelijk duurzaam en klimaatbestendig.”



24 Marijke van Beukering (45)

IJsselstein — “Politiek en inwoners lijken steeds verder van elkaar af te staan. Het is belangrijk om met elkaar in gesprek te blijven en open te staan voor elkaars ideeën en zorgen. Zo creëren we een samenleving van verbondenheid.”



25 Arend Meijer (30)

Breda — “Als Nederland wereldleider wil blijven in de landbouwsector, zijn scherpe keuzes over dierenwelzijn, ruimte en toegestane uitstoot nodig. Goed voor onze aarde én voor onze handelseconomie.”



zetel. Als je zo'n voorbeeld noemt, maak je het concreet: elke stem telt écht!"

Gezicht van de partij

De meeste vrijwilligers in de zaal hebben positieve ervaringen met gesprekken op straat. De vragen aan De Jong gaan daarom vooral over negatieve ervaringen. "Ik had een keer iemand die meteen helemaal leegliep op me", vertelt een van de deelnemers. "Die vrouw vond dat de politiek niets voor haar deed, en dat alle politici maar arrogante zakkenvullers zijn. Wat moet ik nou tegen zo iemand zeggen?" De Jong kijkt vragend de zaal rond. "Heeft iemand daar een idee bij?" Een jongeman steekt zijn hand op. "Ik heb dat ook eens gehad tijdens een in-gesprek-met-actie bij ons op het marktplaatsje. Ook een vrouw die vrij boos reageerde. Maar het grappige was: na een paar minuten ontdekten we dat we vlak bij elkaar woonden, en dat we een gezamenlijke ergernis hadden over het gebrek aan pinautomaten in de wijk. En toen werd het gesprek meteen een stuk constructiever. Of ze nu D66 gaat stemmen weet ik niet, maar ik vond het heel prettig om te merken dat je dat soort gesprekken dus ook ten goede kunt keren. Wat ik ervan geleerd heb: stel concrete vragen en zoek raakvlakken."

De Jong benadrukt dat het doel ook niet per se is dat mensen na een gesprek D66 gaan stemmen of lid worden. "En als je merkt dat het gesprek niet loopt, dan is dat ook helemaal niet erg. Dan zeg je gewoon: *Dank u wel voor uw tijd, ik moet weer verder.*" Het gaat er vooral om dat je zichtbaar en aanspreekbaar bent als partij, zegt hij. "Wees je daar ook van bewust als je in je campagnekleding op straat loopt: jij bent op dat moment voor die persoon het gezicht van de partij. Zorg voor een prettig en aandachtig gesprek, en mensen zullen zich dat herinneren als het in het nieuws over politiek of over D66 gaat: *Oh ja, dat was die aardige jongen die laatst bij mij aan de deur stond!*" ■

Campagne TK2017

Op het 105de D66-congres op zaterdag 28 januari in het NBC in Nieuwegein vond de kick-off van de eindsprint van de campagne voor de Tweede Kamerverkiezingen van 15 maart 2017 plaats. Doe met ons mee!

Zaterdag 18 februari: #ingesprekmet

D66 heeft duidelijke ideeën over hoe het verder moet met Nederland. Maar we zijn altijd op zoek naar nieuwe ideeën. Daarom gaan de campagneteams van D66 regelmatig de straat op om het gesprek met Nederland aan te gaan.



Meedoen? Op zaterdag 18 februari gaan we weer in het hele land de straat op met als thema: *Kansen voor iedereen*. Meld u aan bij uw lokale afdeling of mail naar: campagne@d66.nl

ingesprekmet.d66.nl



24 februari-15 maart: Landelijke bustour

Dagje vrij? Ga mee met de grote D66-campagnebus! Op vrijdag 24 februari start de landelijke bustour. Wilt u een hele dag mee om campagne te voeren, te flyeren en interessante werkbezoeken en politiek cafés mee te maken in het hele land? Stuur een e-mail naar: campagne@d66.nl



D66



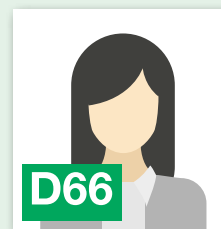
Geen tijd?

U kunt ons toch helpen!

- Plak de bijgesloten D66-campagneposter voor uw raam!
- Ga in gesprek met vrienden, familie, burens en collega's over uw stem voor D66: elke stem telt!
- Werf een lid (zie p. 18 voor een speciale actie) of een vrijwilliger voor onze campagne!
- Like de Facebook-pagina van D66 en Alexander Pechtold en deel onze berichten!
- Volg D66 en onze lijsttrekker op Twitter en retweet onze tweets!
- Plaats een D66-'speldje' in uw Facebook- of Twitterafbeelding via: twibbon.com/d66 (zie de grafische afbeelding hierboven)!
- Doneer geld voor onze campagne via: crowdfunding.d66.nl of d66.nl/doneren-aan-d66
- Tenslotte: vergeet niet te stemmen op 15 maart! d66.nl/word-nul-uren-vrijwilliger

Meer informatie over onze campagne en deze Tweede Kamerverkiezingen: d66.nl/tweede-kamerverkiezingen

D66 Nu app



1 maart-13 maart: Regionale bustour

In de buurt? Doe mee met de D66-regio-bustour! Deze bus doet van 1 t/m 13 maart elke dag een andere regio aan en we voeren daar de hele dag campagne op verschillende plekken. Zin om aan te haken? Stuur een e-mail naar: campagne@d66.nl

Veel tijd?

En wilt u meehelpen met posters plakken, flyeren, canvassen en het organiseren van andere campagne-acties in uw gemeente of regio? Meld u aan bij uw lokale D66-afdeling. U vindt de contactinformatie van uw afdeling op: d66.nl/partij/d66-in-het-land

En wilt u zich anderszins inzetten voor landelijke campagne-acties voor D66? Mail uw naam, woonplaats en informatie over wie u bent en wat u doet naar: campagne@d66.nl d66.nl/doe-mee-als-vrijwilliger

Doe mee!

Kandidaten aan het woord

26 Franca Eurlings (37)

Maastricht — "Samen staan we sterker. Laat de menselijke maat leidend zijn in de zorg, niet het systeem. Alleen zo bieden we flexibele oplossingen op zorgvragen en creëren we kansen voor iedereen."

27 Munish Ramlal (34)

Rotterdam — "Ik wil kwaliteit van leven voor iedereen. Door te verbinden, in plaats van een hokjescultuur te creëren. Door mensen te helpen om het beste uit zichzelf te halen, ook als het niet goed gaat."

28 Martine van Bommel (30)

Almere — "De uitslagen van de verkiezingen in de VS en het referendum over de Brexit waren heel anders geweest als meer jongeren hun stem hadden uitgebracht. Blijf daarom niet aan de kant staan en laat je stem horen!"

Optimist in de politiek

In dit politieke én persoonlijke boek presenteert D66-lijsttrekker Alexander Pechtold – na tien jaar fractievoorzitterschap, en met de belangrijkste verkiezingen ooit voor de deur – zijn ideeën voor de toekomst van Nederland.

Optimist in de politiek is verkrijgbaar in de boekwinkel voor € 17,90. D66-leden kunnen het boek in onze webshop aanschaffen voor slechts 10 euro! Ga naar d66webshop.nl, bestel het boek en vul uw lidnummer in (u vindt uw lidnummer bovenaan de adressering van deze *Democraat* of via: mijnd66.nl – uw emailadres is tevens uw gebruikersnaam).



Bestel twee cadeaulidmaatschappen en krijg het boek cadeau!

Op zoek naar een origineel cadeau? Geef een D66-lidmaatschap! Zo kunnen mensen in uw omgeving kennismaken met D66. Wanneer u twee of meer cadeaulidmaatschappen bestelt, krijgt u *Optimist in de politiek* er als extra cadeau bij! Het cadeaulidmaatschap (15 euro / 1 jaar geldig) wordt verstuurd in een mooie cadeauverpakking – met een kleine verrassing – naar het door u opgegeven adres.

Bestellen: d66.nl/cadeaulidmaatschap

Geef gul!

Heeft u geen tijd om met ons campagne te voeren, maar wilt u onze campagne voor deze belangrijke verkiezingen wel steunen? Doneer! Dat kan heel simpel via onze donatiepagina d66.nl/doneren-aan-d66, of via deze vijf speciale crowdfunding-acties!

CAMPAGNEJAS

Zorg dat zoveel mogelijk campagne-vrijwilligers tijdens onze bustour door het land zo'n mooie campagnejas kunnen dragen, zodat Nederland weer groen-wit kleurt!

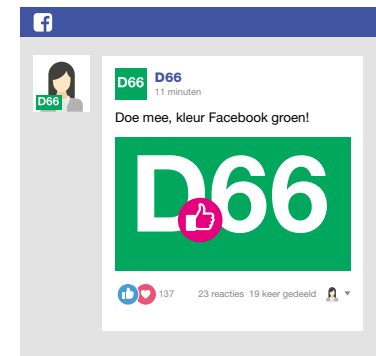


TV SPOT

Herinnert u zich dat eerste, baanbrekende verkiezingsspotje van Hans van Mierlo uit 1967 nog? Zorg dat D66 weer zo'n mooie tv-spot kan laten zien aan heel Nederland!

ONLINE GROEN

Zorg dat D66 zoveel mogelijk online-advertenties kan inkopen, zodat ook Facebook D66-groen kleurt!



TREETJE KOFFIE

Help onze stoere campagnevrijwilligers de winter door en zorg dat wij ons bustourteam op straat en in de bus elke dag kunnen trakteren op een bekertje hete koffie!



ABRI'S

Sponsor eenabri bij u in de buurt, op het station, op het perron, in een bushokje of langs de weg en zorg dat D66 overal zichtbaar is!

Meedoen?

Ga naar: crowdfunding.d66.nl



Meer weten over...

De Tweede Kamerverkiezingen van 15 maart 2017?

U vindt ons verkiezingsprogramma *Samen sterker – Kansen voor iedereen*, onze kandidatenlijst en meer informatie over de campagne en de verkiezingen op: d66.nl/tweede-kamerverkiezingen

Concrete D66-standpunten?

Download de **D66 Nu app** (voor Android en iPhone) en check meteen (tijdens campagne, bij vrienden en familie of op je werk) hoe D66 denkt over het onderwerp dat je zoekt of wilt bespreken.

Onze partij en onze vereniging?

Wilt u graag weten hoe onze politieke vereniging in elkaar steekt? Bent u op zoek naar specifieke (contact)informatie van afdelingen, commissies, het landelijk bureau of onze parlementariërs?

U vindt het via: d66.nl/partij

Uw lidmaatschap?

Een verhuizing doorgeven? Aan- of afmelden voor een nieuwsbrief? Uw lidnummer opzoeken? Ga naar MijnD66.nl. Is uw emailadres (tevens uw gebruikersnaam) gewijzigd of heeft u andere vragen? Mail naar: ledenadministratie@d66.nl of bel (tijdens kantooruren) naar: 070 356 60 66.



d66.nl/contact | info@d66.nl | 070 356 60 66



Bent u al campagne-proof?

Nog geen campagnejas in de kast hangen? Bestel 'm in onze webshop!

U vindt al onze campagnejassen, hoodies, sjaals, mutsen, handschoenen en tassen in onze webshop. Voor mooie D66-promotie- en cadeauartikelen bent u hier ook op het juiste adres. Bestellingen vanaf 25 euro worden gratis geleverd!

Bestellen: d66webshop.nl



29 Kristie Lamers (35)

Nijmegen — “In mijn samenleving krijgen mensen gelijke kansen, maar blijven ze zelf verantwoordelijk voor het grijpen van die kansen. Door haar idealen is D66 de partij die verbindt.”



30 Jaimi van Essen (25)

Losser — “Iedereen verdient dezelfde kansen. Dat is een voorwaarde voor een samenleving waarin iedereen mee kan doen. Dat betekent: goed onderwijs, meer werk en meer aandacht voor (grens)regio's.”



Sophie in 't Veld (53)

D66-fractievoorzitter Europees Parlement

Brussel — “25 jaar na het Verdrag van Maastricht en 60 jaar na het Verdrag van Rome is de Europese interne markt nog steeds niet af. Voor D66 is het afbouwen van een daadwerkelijke interne markt ontzettend belangrijk. D66 wil naar een Europa met een digitale markt die digitaal ondernemerschap over grenzen heen makkelijker maakt, zodat de volgende Steve Jobs een Europeaan is.”

Foto Sebastiaan ter Burg

Jeanine Zoet (38) en Marijn Makker (29) zijn de kersverse campagnecoördinatoren van D66 Amsterdam: “Het is een soort campagnehuwelijk, maar dan platonisch”.

Wat doet een campagnecoördinator eigenlijk?

Marijn: “In Amsterdam zijn wij de middenlaag, dus wij zitten tussen de campagnecoördinatoren van de zeven stadsdelen, het afdelingsbestuur én het landelijke campagneteam in. Wij zijn de schakelaars en de aanjagers: we zorgen dat de communicatie gesmeerd loopt en dat er overal voldoende vrijwilligers zijn.”

Hoe werden jullie een campagne-duo?

Jeanine: “Ik was in 2014-2015 campagnecoördinator voor D66 Noord tijdens de campagne voor de Europese verkiezingen en de Provinciale Staten, dus ik kende Marijn al vrij goed van het flyeren – hij was toen kandidaat voor D66 Noord-Holland. Eric Klaver, bestuurslid van D66 Amsterdam, kwam met het idee van een duo-coördinatorschap. Toen ik hoorde dat Marijn het andere deel van het duo zou zijn, heb ik meteen ‘ja’ gezegd.”

Wat vinden jullie het leukst aan campagne voeren?

Jeanine: “Het schoolreisjesgevoel! Met z’n allen in die grote bus en dan de straat op om met mensen te praten en flyers uit te delen. Het geeft echt een kick. De eerste keer dat ik meedeed was voor de Provinciale Statenverkiezingen in 2011. Ik was net lid en wilde graag wat doen. Ik reageerde op een oproep in de *Democraat* en een paar weken later stond ik te flyeren op de Zuidas met Alexander Pechtold.”

Marijn: “Ik ging in 2012 naar een afdelingsborrel van D66 Nieuw-West en daar zochten ze een fractie-ondersteuner – zo ben ik erin gerold. Mijn eerste campagne was die voor de gemeenteraadsverkiezingen van 2014; ik vond het meteen geweldig. Het is lekker informeel, maar ook heel intensief; je leert je partijgenoten op een heel andere manier kennen als je de hele dag samen over straat loopt.”

Jullie noemen het duo-coördinatorschap een ‘platonisch campagnehuwelijk’.

Marijn: “Ja, maar met goedkeuring van onze partners, hoor. Je vormt die paar maanden echt een hecht koppel. Het belangrijkste is dat je dezelfde focus hebt: alles voor de partij, alles voor de campagne.”

Jeanine: “En we vullen elkaar heel goed aan. Ik ben echt een organisator, Marijn weet veel meer op inhoudelijk vlak – dat is prettig. We hebben er vreemd veel zin in, we gaan de beste campagne ooit neerzetten. Onze oproep aan alle leden: doe ook mee!”

**Ik ben
D66**

Meedoen in Amsterdam?

Mail: campagne@d66amsterdam.nl

Democraat is het ledenmagazine van de politieke vereniging Democraten 66 en wordt verspreid onder al haar leden. **Democraat** verschijnt drie keer per jaar. Niets uit deze uitgave mag zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van D66 worden openbaar gemaakt of verveelvoudigd.

Wilt u een adreswijziging doorgeven? Of wilt u de **Democraat** niet meer per post ontvangen? Ga naar **MijnD66.nl** of stuur een e-mail naar ledenadministratie@d66.nl

editie
Campagne-special

redactie & eindredactie
Jessica Hoogenboom

fotografie
Sebastiaan ter Burg
Jan Remmert Fröling
Remco van der Kruis
Levien Willemsse

beelden omslag
Remco van der Kruis

vormgeving
de ontwerpvloot / Studio Maanzaad

druk
Senefelder Misset

oplage
27.000 exemplaren
Den Haag, februari 2017

redactieadres
Landelijk Bureau D66
Postbus 660
2501 CR Den Haag

Heeft u een vraag of opmerking voor de redactie? Stuur dan een e-mail naar democraat@d66.nl

Bijgesloten in dit nummer:



D66

JA D66 | NEE geen ongekeurd reclamebureau



MIX
Papier van
verantwoorde
herkomst
FSC® C018185