

## HET FAILLIET VAN DE VERKIEZINGSSTRIJD

Het is om gek van te worden. Dag in dag uit zien we miljoenen verslindende reclamespotjes, oeverloze en veelal nietszeggende debatten, prachtige beloftes waar niets van terecht komt, lijsttrekkers die elkaar een hak proberen te zetten, de jacht op de macht in het 'Torentje', het ronselen van stemmen door middel van flyeracties en het verschijnen van politici in vrijwel alle TV- en radioprogramma's. Ons land is al wekenlang stuurloos vanwege alle aandacht voor de verkiezingscampagne. De media spelen hier natuurlijk graag op in. Wie heeft de primeur? Zetten we de juiste lijsttrekkers tegenover elkaar? Is er een goed format voor het debat? en natuurlijk op zoek naar de zogenaamde 'gamechanger'? En als het niet gaat zoals het legioen van voorlichters en spindokters heeft bedacht, dan is men in politiek Den Haag zeer verontwaardigd en wordt de schuld afgewenteld op een boze groep Groningers of op de scherpzinnige interviewer Diana Matroos.

Hebben we nu echt niet in de gaten dat de burger deze spelletjes al lang niet meer accepteert en feilloos doorheeft dat het een geënceneerde en door de Randstad geregisseerde poppenkast is? Men is deze smakeloze vertoning beu en haalt de schouders op bij de dagelijkse peilingen van Maurice de Hond. De mensen hebben wel door dat de meeste politici niet authentiek zijn, maar ingestudeerde teksten oplepelen. Bovendien wordt het spel oneerlijk gespeeld, omdat slechts de lijsttrekkers van de grote partijen zendtijd krijgen. De kleine veelal nieuwe politieke partijen zijn onzichtbaar en bevinden zich in een nadelige positie. De conclusie dat er nog meer dan 50% zwevende kiezers zijn kan ook sterk in twijfel worden getrokken en is gebaseerd op summier onderzoek en niet verifieerbare steekproeven. Ook de stemwijzer kent zijn duidelijke beperkingen. Kortom de verkiezingsstrijd in zijn huidige aanpak is failliet. Het is ook niet verwonderlijk dat 'Boer zoek Vrouw' met ruim vier miljoen kijkers het RTL verkiezingsdebat met nog geen miljoen kijkers duidelijk de loef afsteekt.

Het roer moet om en het wordt tijd de kiezers echt serieus te nemen. Verstrek hen tijdig op professionele manier de relevante informatie als basis voor een weloverwogen stemkeuze. Mijn voorstel is om elke politieke partij die zich mengt in de verkiezingsstrijd zes weken voor de verkiezingen een manifest te laten opstellen van maximaal vier A4-tjes. In dat manifest moeten heldere standpunten ten aanzien van de belangrijkste politieke thema's kort, krachtig en voor een breed publiek begrijpelijk worden beschreven. Onder regie van het Ministerie van BZK en de gemeenten dienen alle Nederlanders deze partijpolitieke manifesten te ontvangen, digitaal of per post. Organiseer in de twee weken voorafgaande aan de verkiezingen 2 of 3 debatavonden waarin alle lijsttrekkers de standpunten nog eens kunnen toelichten. Meer campagne en zendtijd is echt niet nodig.

Wat een rust zal dat geven, minder irritatie en een significante kostenbesparing. Bovenal toont dit respect voor de kiezer, ontstaat er meer ruimte voor mooie TV programma's, kunnen kranten zich weer focussen op belangrijke kwesties, kan het cordon aan journalisten o.l.v. Frits Wester op een welverdiende voorjaarsvakantie en kan het land weer adequaat worden bestuurd. Wel zal er minder champagne worden ontkurkt bij de woordvoerders en communicatieadviseurs van de politieke partijen die zien dat hun lijsttrekkers minder trending topic zijn in het nieuws. Voor hen is dat even wennen, maar uiteindelijk zal dat hun reputatie ten goede komen. Deze verfrissende aanpak zal aanleiding zijn tot een hoger opkomstpercentage bij de stemming, een realistischer verkiezingsuitslag en nog belangrijker, een mooie stap voorwaarts in herstel van vertrouwen in politiek Den Haag en de media. Terug naar de eenvoud dus in plaats van massahysterie.

Gert-Jan Ludden (06-51817733)

Warnsveld