

Hoe VVD Alkmaar de verkiezingen won

“De reacties zijn echt heel erg goed. Per flyeractie krijgen we binnen enkele uren via e-mail een reactie met aanvullende tips of steunbetuigingen. We hebben echt het gevoel dat we hier mee nu mensen bereiken die we anders niet bereiken”

Herindelingsverkiezingen november 2014

- VVD Alkmaar groeide van 4 naar 5 zetels.
- In de plaats Alkmaar haalde VVD in 2014 5% meer stemmen (van 9,9% naar 10,4%).

Provinciale Statenverkiezingen maart 2015

De VVD in Alkmaar werd de grootste partij.



Stichting Politieke Academie

Hoe VVD Alkmaar de verkiezingen won

Tijdens de herindelingsverkiezingen in november 2014 groeide VVD Alkmaar van 4 naar 5 zetels. Bij de Provinciale Staten verkiezingen werd de VVD in Alkmaar de grootste partij. Dat alles was geen toeval. Stichting Politieke Academie sprak met Chris Obdam, voorzitter van VVD Alkmaar, en John van der Ree, lijsttrekker (en nu fractievoorzitter).

Wat was jullie doel?

Wij wilden een campagne waarbij persoonlijk contact met de kiezers centraal stond. We wilden niet langer meer gokken wat het juiste was om te doen, maar op basis van analyses bepalen waar onze kiezer zit en hoe wij deze het beste kunnen benaderen.

Een nieuwe campagne-aanpak, hoe vertaalde zich dat?

Wij hebben zo veel mogelijk mensen op de lijst gezet om wijkambassadeurs te creëren. Focusgebieden werden bepaald aan de hand van jullie analyses en kaarten. Inhoudelijk werd besloten in te zetten op polariserende thema's. De stem van de bevolking in 'onze' wijken gebruikte we om onze standpunten te bepalen. Het is leuk als mensen ons kennen, maar het gaat nog veel beter werken als wij zelf de mensen kennen. Als we het antwoord weten op de wie, wat, waar en hoe-vragen. Iedereen heeft wel een idee waar de VVD-stemmers zitten in de eigen gemeente, maar eigenlijk is dat gokken.

Wat doen we bij u in de buurt?



Huiswaard
Ik zal mij aan u voorstellen. Ik ben Jeroen van Velzen, 34 jaar en namens de VVD gemeenteraadskandidaat (nummer 21) voor de VVD. Ik ben geboren en getogen Alkmaarder en leef m.u.v. van een korte periode van 5 jaar in...

De Hoef
Mijn naam is Tamara Vermeulen, ik ben 35 jaar en ik woon nu ruim 8 jaar in 'de Hoef'. Ik woon samen met mijn man in de Willem Hedestraat. De afgelopen jaren heeft 'de Hoef' gelukkig meer aanzicht gekregen, mede...

Oost Grafdijk & West Grafdijk
Mijn naam is Tamara Vermeulen, ik ben 35 jaar. Ik ben 8 jaar getrouwd met een echte Grafdijker. Wij wonen in Alkmaar, maar mijn schoonfamilie en vrienden wonen allemaal nog in Grafdijk. Dus wij zijn er vaak te vinden. Een...

Ook in uw wijk of dorp zijn wij actief, bekijk al onze wijken en dorpen.

Communiceren met de bevolking. Dat is toch logisch?

Jullie advies om te communiceren in plaats van te zenden was een andere manier van denken voor ons. Het klinkt logisch, maar we deden het niet. En als we het doen, gaat het soms mis. Zo kregen we een mailbox vol boze reacties omdat we ergens een wikipip wilden. De mensen die dat wilden en die we hadden bevroegd bleken namelijk niet onze achterban te zijn. Onze achterban, kwamen we later achter, vond een wikipip tot hangjongeren leiden. De postcode-analyse van

Politieke Academie helpt ons bij het vinden van precies de juiste mensen om inbreng aan te vragen.

Strategische data-analyses en de kaarten. Hoe werkte dat?

De kaarten laten zien waar de VVD in Alkmaar goed scoort, hoe de partij zich verhoudt tot de statistische concurrenten, waar we onder druk staan en waar juist niet, wat het DNA-profiel van de VVD-kiezer is en waar op zescijferig postcodeniveau vaste achterban en verborgen potentieel te vinden is.

Waren er ook verrassingen?

Ja. In 'Ouddorp' waren wij er erg van overtuigd dat wij daar moesten gaan winnen. Maar jullie zeiden dat niet zo snel te zien gebeuren op basis van jullie kaarten. Wij zouden ons beter kunnen richten op 'De Hoef', waar het potentieel zou zitten. Wij zeiden letterlijk tegen elkaar: alles wat daar gebeurt is meegenomen, want het is niet onze wijk. Maar al snel merkten we dat de inzet in deze wijk tot positieve reacties leidde. De mailbox van de wijkambassadeur in De Hoef liep vol. En dat was net waar we het verschil mee hebben kunnen maken. We hadden 37 stemmen meer dan het CDA en waren daarmee de derde in plaats van vierde partij.

Was het niet eng om je over te geven aan de analyses en interactieve kaarten?

Ja, best wel, maar we wilden het deze keer echt anders doen. We wilden kiezen voor een professionelere aanpak. Dan moet je niet eigenwijs zijn, maar accepteren dat anderen er goed en lang over hebben nagedacht. En die kennis gebruiken en omarmen. Het hielp ook dat onze afdeling er open voor stond. Het groepsgevoel binnen de partij hielp daarbij.

En jullie kandidaten?

Die mochten -nee, moesten- een persoonlijke campagne voeren. Zo hadden we een kandidaat in de wijk Huiswaard, een jarenzeventig-achtige wijk. We hadden Huiswaard als één wijk aangewezen. Maar na twee dagen flyereren was de kandidaat nog niet halverwege. Toen kwam de vraag op waar we wel en niet zouden flyereren. De kandidaat stelde voor een selectie te maken van straten waar de grote huizen stonden. Dat leek ons niet zoveel zin hebben. We hebben de postcodekaart van de Politieke Academie erbij gepakt en eerst de blauwe gebieden (waar VVD-achterban zit) geselecteerd en later nog de paarse gebieden (waar potentiële VVD-achterban zit). Je ziet dat we ook daar meer stemmen hebben opgehaald.



Hoe kreeg micro-targeting vorm?

We hebben de analyses op straatniveau gebruikt. Een straat naast de markt was blauw-paars en dus kreeg deze straat onze aandacht. Als je er naartoe gaat dan kun je het heel goed verklaren. En de eerste reactie over de



Spoorbuurt was: 'nee, daar is niks te halen'. Dat is een rode wijk. Aan de rand van deze wijk waren daarentegen twee straten op jullie kaarten fel blauw. Het bleek dat daar de oorspronkelijke woningen waren gestript en opnieuw opgebouwd. Daar hebben we dus toch maar een extra rondje gelopen.

Hoe kijk je terug?

Het liefst zouden we nu weer gemeenteraadsverkiezingen hebben. We hebben veel geleerd en zouden nu gegarandeerd nog meer zetels halen. Dan zouden wij jullie tools op een nog gehaaidere manier kunnen inzetten, omdat we nu ervaring ermee hebben.

Wat is een les voor de toekomst?

Meer hulp bij het begrijpen en toepassen van de kaarten en analyses zou ons hebben geholpen. Eigenlijk moet je meer tijd en budget voor training vrij maken om er langer en intensiever naar te kijken en dat ook met een grotere groep te doen. Ik denk dat we dertig procent eruit hebben gehaald van wat er in zat. Het differentiëren van onze campagne op basis van opwaartse en neerwaartse druk hebben we niet gedaan. Daar baal ik eigenlijk wel van.



Ook nog mislukkingen?

Wij zijn in de buurt waar onze vorige lijsttrekker woont gedaald. Aan die wijk zouden we ook op een moderne manier aandacht besteden, maar dat is helaas niet gebeurd. Daar is traditioneel campagne gevoerd en dat zie je gelijk in de resultaten, die daar achterblijven in tegenstelling tot de andere prioriteitsgebieden.

Wat hebben de kaarten en analyses jullie gebracht?

John: Inzicht in wat een moderne campagne inhoudt en wat de omvang is, dat werkt erg motiverend. Het leidt tot een veel gerichtere campagne dan een traditionele campagne. Op die manier konden we in de wijken waar statistisch onze achterban woont die extra meter lopen. Dat hadden we zonder die kaarten niet gedaan. We hadden niet geweten waar we wat hadden moeten doen.

Chris: De relatie met stichting Politieke Academie was veel meer dan het leveren van die kaarten alleen.

Het heeft ons gedwongen op een andere manier naar een campagne te kijken. Ook in de visie achter de campagne. De kaarten hebben ons verder gebracht.

John: Ik kan me nog herinneren dat Chris op een avond zei: "Daar komen we er niet mee in die wijk" en de kaarten en analyses erbij pakte. Ik zei nog "ja, maar", maar Chris zei standvastig "Dat is gewoon niet zo, kijk maar". Voor mij volstond dat en gaf het een handvat om meer te gaan doen.

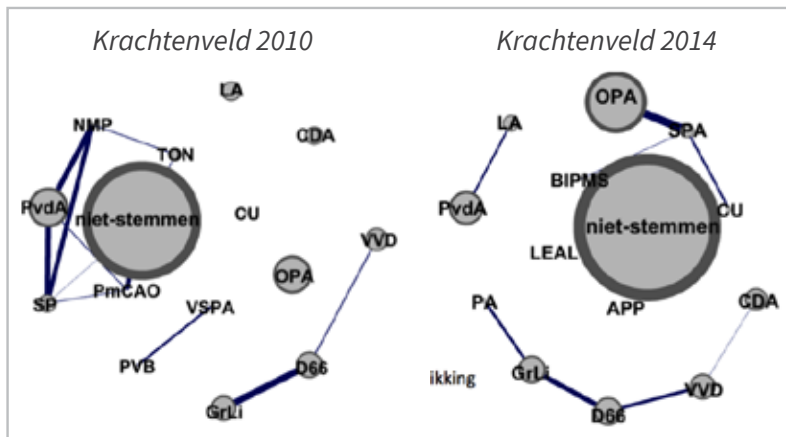


En nu?

Wij blijven de kaarten en analyses ook tijdens onze raadsperiode gebruiken. We zouden een update van de laatste verkiezingen moeten toevoegen. Dan hebben we er de hele raadsperiode plezier van en krijgt permanente campagne serieuze vorm. De verkiezing van 2018 zijn immers nu al begonnen.



De VVD wist de concurrent van zich af te houden



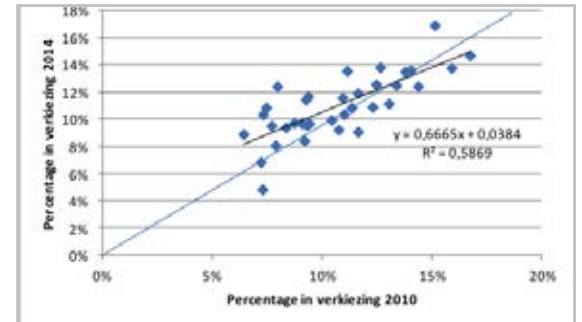
Eindconclusie

De VVD Alkmaar is gegroeid en heeft haar basis binnen Alkmaar verstevigd. In de gebieden met verborgen potentieel (paars) heeft ze haar positie aanzienlijk versterkt en in de gebieden waar ze al redelijk sterk was, en flink kon verliezen, heeft ze stand gehouden. De belangrijkste concurrent die in het hele land monsterzeges boekte, D66, is verslagen. De VVD richtte zich wel op de juiste gebieden en heeft zodoende een effectievere campagne gevoerd.

Het heeft alleszins zin voor VVD Alkmaar om een permanente campagne op te zetten en het fractiebeleid daarin te integreren. Het heeft eerder Leefbaar Rotterdam geen windeieren gelegd. Voor VVD Alkmaar is ook nog verdere groei mogelijk.

De directe concurrenten van de VVD zijn CDA en D66. De VVD Alkmaar is er goed in geslaagd D66 op afstand te houden. Dat betekent dat in de gebieden waar de VVD al redelijk sterk was, de VVD erin is geslaagd de aanval van D66 af te slaan. Daar waar de partij nog verborgen potentieel had is de VVD erin geslaagd meer mensen aan zich te binden.

Winst D66 afgestopt



D66 heeft tegen de landelijke trend in slechts beperkt gewonnen (in de plaats Alkmaar van 11,3 naar 11,4%). In tegenstelling tot de VVD bevinden die buurten zich in een wolk rondom de regressielijn. Dat geeft aan dat D66 een relatief gelijkmatige ontwikkeling heeft doorgemaakt. De R2 van de VVD bedraagt 0,526 en die van D66 0,587. De VVD is er dan ook beter in geslaagd nieuw potentieel aan te boren. Voor de lange termijn heeft dat meer potentie van bestendiging in zich.

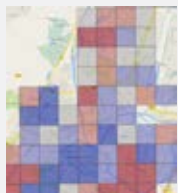
Gereedschapskist VVD Alkmaar

VVD Alkmaar heeft om haar campagnestrategie te bepalen de beschikking gehad over de volgende kaarten en analyses:



Stembureaukaarten

De interactieve kaarten met een helder overzicht van stembureaus en de mate waarin VVD Alkmaar daar heeft gescoord. In één oogopslag was te zien hoe de prestaties van de VVD in Alkmaar eruit zien.



Buurtkaarten

Op de interactieve rasterkaarten met blokken van 500x500 meter was te zien hoe de VVD Alkmaar op buurtniveau heeft gescoord en wat de voetprint van de VVD in Alkmaar was.



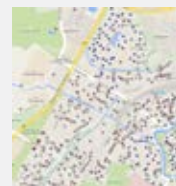
Trendkaarten

Op een interactieve rasterkaart is de opwaartse en neerwaartse druk van de laatste en op één na laatste gemeenteraadsverkiezingen zichtbaar. Zichtbaar werd waar de VVD Alkmaar op basis van een raster van 500x500 meter heeft gewonnen en waar verloren.



Concurrentiekaart

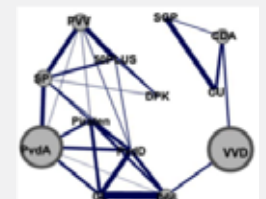
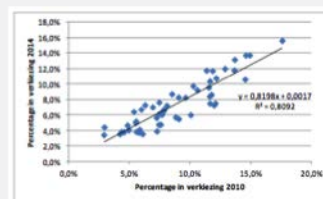
Op een interactieve kaart is per stembureau de mate waarin de VVD Alkmaar zich verhoudt tot wat statistisch bekeken haar directe concurrent is zichtbaar. Ofwel in welke mate VVD Alkmaar beter of slechter scoort dan haar directe concurrent.



Verborgen potentieel – postcodekaart

Op een interactieve postcodekaart is voor iedere zescijferige postcode vastgesteld in welke mate VVD Alkmaar in die postcode een achterban heeft.

In de begeleidende rapportages is daarbij nog aandacht besteed aan:



- lijsten met postcodes en scores waar met filters voor VVD Alkmaar relevante postcodes te selecteren zijn
- een DNA-profiel van de kiezers die op VVD Alkmaar hebben gestemd
- een krachtenveld-analyse van hoe de verschillende partijen in Alkmaar zich tot elkaar verhouden
- regressiegrafieken waaruit af te leiden is in welke mate de winst of het verlies van VVD Alkmaar (of die van andere partijen in Alkmaar) per stembureau een egaal patroon heeft of in welke mate sprake is van desintegratie

De VVD won in wingebeden

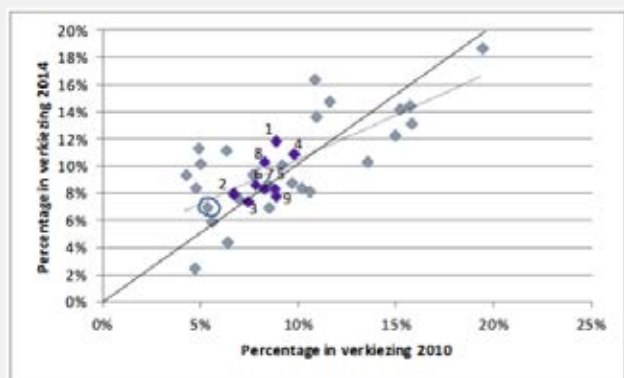
Het advies was een overtuigingscampagne te voeren buiten het centrum. VVD Alkmaar heeft het centrum links laten liggen en de focus gelegd op de wingebeden. De grootste groei deed zich voor in de buurten 1, 8 en 4. Allen rond het centrum waar de VVD al redelijk sterk was (blauwe gebieden).

Postcodekaart met verborgen potentie 2010 Kaart 2014 – VVD groeit en versterkt positie

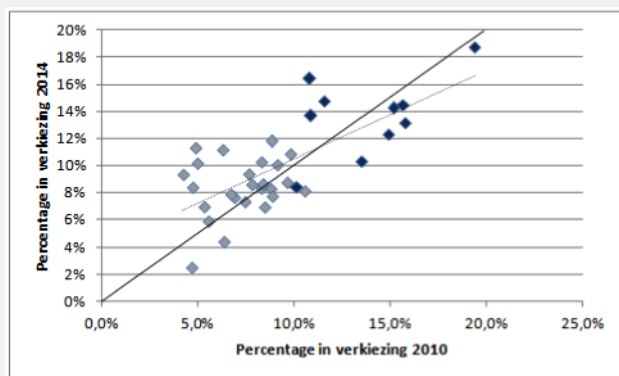


De keuze van de VVD Alkmaar om zich vooral te richten op gebieden die potentie hebben, heeft goed uitgepakt. Als er al sprake was van een lichte terugval (zie de de blauwe blokken en de algehele trend van de VVD) is dit ruimschoots gecompenseerd door groei in de gebieden met potentie. De bewuste inzet van capaciteit en middelen in specifieke gebieden heeft tot een effectieve campagne geleid en tot optimalisatie van winst.

VVD wint in paars en houdt stand in blauw



De paarse gebieden vormden voor de VVD Alkmaar het verborgen potentieel. Duidelijk is dat van de 9 gebieden er 7 op of boven de pariteitslijn liggen. Daar is dus gemiddeld beter gescoord. Ofwel, de VVD heeft in de gebieden waar veel potentieel zat, maar waar ze nog zwak vertegenwoordigd was, zichzelf weten te versterken.



In de blauwe gebieden moest de VVD haar concurrenten van het lijf zien te houden. In drie buurten maakte de VVD een forse sprong voorwaarts. In de overige blauwe buurten verloor de VVD in beperkte mate. De VVD wist in haar eigen buurten goed stand te houden tegen het geweld van D66.

Beide grafieken laten zien dat de VVD in Alkmaar over de hele linie is versterkt. Dit blijkt uit het feit dat de regressielijn (gestippeld) de y-as doorsnijdt op bijna 4%. De dikkere lijn in het plaatje is de pariteitslijn, waar verkiezingen een gelijke score zouden hebben. Er liggen meer buurten boven die pariteitslijn dan eronder en dat wat er boven ligt, maakt ook een aanzienlijke sprong.

Stichting Politieke Academie

zet in op het versterken
van parlementaire democratieën.



Om politici en bestuurders te ondersteunen in hun professionele werk, biedt stichting Politieke Academie antwoorden op de waar, wie, wat en hoe-vragen.

WAAR	WIE	WAT	HOE
zitten uw potentiële kiezers, de burgers die u in beweging wilt krijgen, uw achterban?	is uw achterban, wat is het maatschappelijk profiel, welke demografische kenmerken hebben ze?	houdt uw achterban of dat van uw concurrent bezig, waarom zijn ze afgehaakt, welke normen en waarden hanteren ze?	kunt u effectieve communicatie met uw achterban vorm geven zodat ze u gaan steunen of weer gaan stemmen?

Omdat de stichting als non-profit organisatie met onbezoldigd bestuur geen aandeelhouderswaarde hoeft te creëren, kunnen de diensten tegen beperkte kosten worden geleverd. Het versterken van de parlementaire democratie is onze ambitie.

De interactieve kaarten en bijbehorende analyses zijn te verkrijgen voor € 1.500,= excl. BTW en kunnen gebruikt worden bij het voeren van een

permanente campagne of als hulpmiddel om betere burgercommunicatie vorm te geven. Een bijbehorende workshop ‘permanente burgercommunicatie’ kost € 475,= excl. BTW en excl. reiskosten. Lees daarnaast ook het enige Nederlandse politieke handboek “Permanente Campagne” uitgeven door ons. Te bestellen op www.politiekeacademie.eu/webshop voor € 29,95 excl. verzendkosten.